

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服微信/QQ：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

THE TRUTH
IN THE FINANCIAL BUSSINESS

金融界 不告诉你的真相

万瑞君 著

金融知识的多寡，决定穷人与富人的差距！
辛苦工作一辈子，千万不要让自己辛苦
赚到的钱被『高深』的金融界忽悠去！
你一辈子都不知道的金融秘密！
金融界永远都不让你看到的书！

天津科学技术出版社

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服微信/QQ：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

THE TRUTH
IN THE FINANCIAL BUSSINESS

金融界 不告诉你的 真相

万瑞君 著

天津科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金融界不告诉你的真相 / 万瑞君著. —天津: 天津科学技术出版社,
2009. 11

ISBN 978-7-5308-5403-7

I. ①金… II. ①万… III. ①金融-通俗读物 IV. ①F83-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第205138 号

责任编辑: 范朝辉

责任印制: 王 莹

天津科学技术出版社出版

出版人: 胡振泰

天津市西康路35号 邮编 300051

电话: (022) 23332390 (编辑室) 23332393 (发行部)

网址: www.tjkjchs.com.cn

新华书店经销

北京华戈印务有限公司印刷

开本 787 × 1092 1 / 16 印张 13.5 字数 260 000

2010年1月第1版第1次印刷

定价: 28.00元

玄之又玄的秘密——金融 及真相（代序）

在中国资本市场近20年的职业生涯中，近年来我明显感觉到普通百姓对金融理论学习的热情愈益高涨。随着我国社会主义市场经济体制的逐步完善和对外开放步伐的不断扩大，金融活动日益广泛地渗透到社会经济生活的各个方面，金融与百姓的生活日益紧密地联系在一起。老百姓日常的存款取款、刷卡消费、买卖股票、购房贷款、购车贷款、保险，甚至交纳水电、煤气、电话费等，都离不开与金融打交道，可以说金融与老百姓的生活息息相关。金融与百姓之间的距离很近。

然而，金融又离老百姓很远。从经济学大师凯恩斯的早期理论，到诺贝尔经济学奖得主保罗·克鲁格曼等人的当代经典金融学，对寻常百姓来说，金融术语高深莫测，金融问题似是而非。用金融专业术语来解释问题，往往很难理解，很难记忆，更谈不上自如地应用。因此我们迫切需要一些通俗易懂的金融书籍来丰富我们的金融知识。特别是改革开放30多年来中国经济发生了翻天覆地的变化，金融知识日新月异，金融领域走进千家万户。随着人们文化水平的提高，求知欲不断地增长，金融这个在以前看似高深莫测的经济领域已经被越来越多的百姓熟知。

不得不说的是，金融学是一门复杂的学问，有时理论和实践存在

较大的偏差。如果大家不深入研究，那么陷阱无处不在，稍有不慎很可能付出惨重的代价。自2008年以来，全球金融市场动荡不安，特别是由美国“次贷危机”引发的金融海啸席卷全球，一些国际知名的金融机构纷纷倒闭，其中包括美国最著名的五大投资银行——贝尔斯登和雷曼兄弟公司破产、美林被收购、摩根和高盛被迫转型为银行控股以及美国最大的房地产贷款机构房利美、房地美被迫被政府接管。另外，原油价格的高涨、货币的贬值、物价的攀升等都实实在在地影响到了老百姓的生活，学习金融知识已迫在眉睫。在此之际，我有幸读到了《金融界不告诉你的真相》这本书，本书将金融理论与我国资本市场的实际现状紧密结合，生动地阐述了银行、信贷、保险、信用卡、基金等金融行业与我们生活息息相关的金融知识和内部一些鲜为人知的“潜规则”，其研究视角、分析基准和大量论证对纠缠难解的问题给出了有理有据、生动形象的回答，通俗易懂，便于理解和掌握。无论是对日常生活中的人们，还是对苦心经营的企业家、金融界的同僚们，都具有很大的参考价值和指导意义，值得我们认真阅读和借鉴。

希望大家能够充分利用金融工具避开金融陷阱，使生活越来越美好！

融智基金经理李成栋

2009年8月28日

目 录

第一章 提升你的金融获利指数

- 金融机构拿着我们的钱赚钱/3
- 金融机构的所有权是大众的/5
- 一本万利的“薄本生意”/6
- 买卖金钱的都是金融机构/8
- “蚂蚁搬家”的金钱游戏/12
- 金融专业知识决定你的财路/15
- 要维权先要吃透“游戏规则”/19
- 金融交易都是以买卖“契约”的形式进行的/23
- 通货（金钱）是所有金融交易的唯一标的物/25
- 衍生性金融商品是种“大富翁”游戏/26
- 衍生性金融商品的种类/32
- 你正在堕入“笼中老鼠”的赛跑游戏/35

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

- 保险公司要赚钱：核保从宽，理赔从严/39

- “推销话术”让你防不胜防/46
- 保险业务员骗死人不偿命/49
- 投资型保单是精心设计的钱坑陷阱/51
- 保险公司强打的一定是低获利、高保费的产品/55
- 纯保险永远是保险公司的获利保证/57
- 保险是基于信赖原则，但轻信业务员不可取/61
- 保险公司采取分区责任制，任何业务单位的口头承诺都不可靠/64
- 发生保险纠纷时，要维权到底/68
- 保险的观念要正确，保险是买保障不是买发财/72
- 保障资产所保障的并不是资产本身而是费用/74
- 买保险时什么都能赔，最后其实很多不能赔/75
- 一切都要以白纸黑字为准/78

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

- 谨慎消费，信用至上/83
- 信用卡不是身份的象征，也无法体现财富实力/85
- 信用卡消费等于消费性金融贷款/90
- 信用卡循环利息很高，而循环的是利息没有本金/93
- 无息分期其实是种消费陷阱/96
- 只要“刷”，发卡银行就有得赚/100
- 不会白白送给你的信用卡红利积分/103
- 使用红利积分消费者还要花钱/106
- 消费者没有任何持卡权利/107
- 银行可以随时径自调整信用额度让你消费成瘾/111
- 信用卡主动升级，又是个要钱的手段/114

信用卡债务属于一般性借贷，与背信、诈骗罪无关/117

银行与商家联手赚得更多/120

重视信用卡的持卡人签名/122

用现金打折购买，比用信用卡更划算/126

消费者要想致富，先要戒掉信用卡/128

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

银行强打的基金，不一定是绩效最好的基金/133

管理费使基金公司包赚不赔/137

你所看到的基金净值，不见得是真正的基金绩效/139

基民的利益最怕受到“老鼠仓”的侵害/144

所谓的“内幕消息”绝大部分都是假的/148

银行不会告诉你，基金经理人是谁/150

一朝天子一朝臣，当心申购到无主基金/153

基金投资人无法直接接触操盘者/156

基金销售有三大部分：销售银行、管理银行与基金公司/158

申购海外基金需要注意的地方/160

私募基金永远不会公开操作方法/162

股评都是不炒股票“炒”股民/166

请不要陷入职员推荐的陷阱中/168

第五章 就算问了也不会说的内幕

贷款合约充满了法律灰色地带的陷阱/174

缔约时要谨防被金融机构设计/176

勇于面对垄断行业的“霸王条款” /179
理财产品“零收益”背后的猫腻/181
“包赚不赔”只会停留在口头承诺上/184
对于不了解的金融商品要持谨慎态度/186
纸黄金也是一种契约交易/188
所谓指数型房贷浮动利率，永远是主动升不主动降低/190
小心别上当，优惠存款并不优惠/193
银行理财顾问不可信/196
投资理财也需要“货比三家” /199
“等额本息还款”房贷暗藏玄机/202
假按揭是场危险的“套现”游戏/205

第一章 提升你的金融获利指数



第一章

提升你的金融获利指数

什么是金融获利指数？可以分成两个部分，一个是主观因素，另一个是客观条件。主观因素包括了个人的财金实力、理财性格（这不是本书要讨论的重点），客观条件则是对于金融财经等相关的法令法规，以及对于金融市场的发展运作的了解程度而言（这才是本书要讨论的重点）。

理论上，金融获利指数越高，可能的金融获利概率也就越高，那么，如何才能知道自己的“金融获利指数”有多高呢？请试着回答下列几个问题：

- a. 什么是金融机构？
- b. 金融机构包括了哪些行业？
- c. 金融机构的所有权是谁的？
- d. 金融机构的自有资本额的比例是多少？
- e. 金融机构是靠什么在赚钱？
- f. 你有多少金融专业知识？



金融界不告诉你的真相

- g. 你了解相关的金融法令法规吗？
- h. 你知道一切的金融交易都是契约买卖行为吗？
- i. 你了解通货（金钱）是所有金融交易的唯一标的吗？
- j. 知道吗？衍生性金融商品是标准的金钱游戏！
- k. 衍生性金融商品的种类有哪些？
- l. 知道衍生性金融商品有哪些陷阱吗？

如果这些问题你都能回答并且答对，那么恭喜你，你的金融获利概率已经高达50%，千万不要嫌一半的获利概率低。在市场上，许多行业获利都已经进入微利时代，能掌握到50%的金融获利能力，这已经是高得惊人的数字了。

其实，这些都只是理论上，老百姓真正要注意、要知道的是那些金融机构不愿主动告知，甚至于连被动都还要遮遮掩掩、不愿说明清楚的内幕。要知道，不论与金融机构打交道是基于什么样的理由，也不管身份是消费者、投资人、借贷者或只是单纯的储户，与金融机构往来时都是处于信息不对等的状态。无论是摆在明处或私底下，金融机构都占有绝对的优势。

事实上，金融机构与一般大众的金融纠纷天天在市场上发生，只是那都是别人的故事，事不关己也就无动于衷了。非要等到轮到自己的头上，才会感到紧张、愤怒，急于维护自己的权益，可是当金融纠纷一旦发生的时候，这一切补救性措施都已经太晚了！因为损害已经造成，只是程度上的差别而已。

最大的金融获利指数就在于不要轻易相信金融机构所说的，这并不是说金融机构会说谎话骗人，而是在信息不对等的前提下，我们（一般大众）有理由相信，金融机构经过包装的话题，不会是百分之百、丝毫不打折扣的大实话！

第一章 提升你的金融获利指数

如果一切都和盘托出，金融机构又怎么能赚到我们的钱呢？那么是不是因此就不要和金融机构往来？或是只保持最起码、最低程度的接触，如存提款，等等？那倒也不是。21世纪是个投资理财的世纪，各种投资理财的商品如雨后春笋般出现在市场上，不懂得运用会很可惜，只是不要一厢情愿地认为金融机构会帮我们赚钱，因为他们只会为自己赚钱，而且是拿着我们的钱去为他们自己赚钱，要赚钱我们只能相信自己。

金融机构拿着我们的钱赚钱

金融机构是什么样的机构？

千万不要认为这是个低级问题！

相信在国内，还有相当多的人不了解金融机构是什么。

这绝对不是臆测！如果国人对于金融机构非常了解，就不会传出有很多卡债族担心会被银行抄家、抓去坐牢还债。这种情绪，认知甚至造成众多卡债族的心理恐慌，几乎形成社会问题！这完全是由于无知所造成的，若是国人对于金融机构的定位都有明确的认识，市场上就不会发生这么多的“黑色笑话”，不是吗？

言归正传，还是先说说金融机构是什么样的机构吧。

金融机构不是政府设置的行政单位，但是有部分公营行库是隶属于政府事业单位，可是并没有行政权，所以金融机构并不拥有公权力（千万不要把公营行库误认为中央银行）；金融机构是个标准的商业组织营利机构，其实跟市场上一般的公司一样，都是做生意的。

第一章 提升你的金融获利指数

金融机构的所有权是大众的

在社会经济活动中，无论是已开发的市场，或是开发中的市场，基本的市场结构是明确的，可以概分为：传统产业、农林渔牧业、高科技产业及服务业四大类。除了服务业中的金融服务业之外，不管是从事什么产业，流程大抵都是：生产出产品（不论产品的形式、内容）以后，到市场销售赚取利润。唯独金融服务业不是这样！金融机构不需要生产“产品”，更没有产品销售的问题，因为金融机构的产品就是通货（钞票），而且还是储户的钞票。

任何一个市场在发展的过程中，金融机构都扮演着“大水库”的角色，“灌溉”市场上投资与消费两端。在市场发展之初，“集资”是至关重要的工作，而集资的工作由谁来做呢？由个人吗？无论这个人是否为企业负责人，靠着个人之力集资是非常艰难的工作，很难达到一定程度的经济规模，并发挥出投资的经济效益。所以市场上的集资工作通常都交给金融机构进行，然后企业再向金融机构借贷投资。对此金融机构就能在市场上发挥出“大水库”的作用，成为资源集中的中心。

虽然金融机构是市场上的大水库，但是大水库的所有权却不是水库管理员的，这一点经常会被忽略甚至是误解！因为大水库所有的涓滴细流，并不是大水库原来就有的，而是汇自于四面八方的，就像是金融机构中的所有资金，都是来自于市场上一般大众的存款或投资，这些资金虽然存放在金融机构并由管理者统一管理运用，但并没有改变资金的所有权，资金的所有权还是属于储户或投资人的，所以金融机构的经营



金融界不告诉你的真相

权与所有权是泾渭分明的。

简单地说，金融机构在市场上不是终极行业，应该属于中介业。金融机构与一般中介业的不同之处在于，一般中介业中介的是商品，而金融机构所中介的直接就是金钱，而且是储户或投资人的金钱，但获利却通常都是经营管理者先得。这种情况虽说是明显地不合理，却也无可奈何！因为在市场上并不是人人都可以进行“集资”的行为，而金融机构之所以可以公开“集资”，是得到政府的法律授权及政策承认的。

金融机构的所有权虽然是属于投资大众以及储户的，但是这些名义上的“老板”却不能参与到金融机构的经营管理中。如果想直接参与金融机构的经营管理，唯一的方法就是取得法律的授权，也就是成为金融机构的股东，而且还要是大股东才能接触并且掌握到金融机构的经营管理的权力。

一本万利的“薄本生意”

自有资本比率，即金融机构营运资金中自有资本所占的比率。自有资本比例越高，则金融机构体质越健全，抗风险能力越强。金融机构的自有资本额的比例究竟是多少呢？坦率地说，每个市场并不一样，没有统一的标准，不过，还是有个约定俗成的比例：按照国际金融市场的惯例，一般金融机构的自有资本额的比例是8%。这是什么意思？

如果某一家金融机构的总资产是100亿，其中有8亿必须是由股东出资的；换一个角度说，若是有人出资8亿元筹组成立一家金融机构，

第一章 提升你的金融获利指数

这家金融机构可以吸收92亿元的存款，或是做100亿的生意。

换言之，只要金融机构的自有资本额的比例大于或等于8%，这家金融机构就会被视为正常运作；如果自有资本额的比例不足8%，就会被政府要求增资，否则就会依照相关法令，以资本额不足的理由，由相关主管机关强行接管！

另外，为什么只要出资8%就能做100%的生意？

在市场上，不管是从事哪一个行业，都是人在赚钱。俗话说：“钱是四条腿、人是两条腿，所以人赚钱很辛苦！”可是金融行业除外，因为金融机构中介的就是金钱，做的就是钱赚钱的生意，而且还可以“以小博大”，客观上当然要比其他行业容易赚到钱，这是事实。

在保险行业有一种业务叫“再保险”。这种再保险可以使保险公司做成远远超越自己风险承担能力的大宗交易。假如，有人从a那里买了一份巨额的保险，a觉得万一出了风险自己无力独自承担，于是a找到b，在b那里为自己上了一份再保险，与b共同承担责任。这就是再保险。

再保险业务是国际保险市场上通行的业务。它可以使保险人避免危险过于集中，规避掉因一次巨大事故的发生而无法履行支付的赔款义务，对经营保险业务起到了稳定作用。再保险业务基本上可以分为以下几类：以保险金额来计算再保险责任的比例再保险，以赔款来计算再保险责任的超额再保险以及由此而衍生的按赔付率计算再保险责任的再保险等。

因为金融业在国内是特殊行业，金融机构不但有法律的授权，而且还有政府的政策扶植。举例来说，甲金融机构在完成组建以后，吸收到5000万存款，很幸运地，这5000万借给了A企业之后，B企业又向甲金融机构申请贷款5000万，可是甲金融机构已经没有足够的资金放贷给



金融界不告诉你的真相

B企业，但甲金融机构可以拿与A企业所签署的5000万贷款合约向中央银行融资5000万，然后再转借给B企业。换言之，甲金融机构的股东只要有100万的自有资金，就可以做到1亿元的生意，这1亿元的生意扣除了5000万的存款利息与向中央银行的5000万融资利息，其他的都是甲金融机构的实际获利——难怪涉足金融业会让人梦寐以求！

这简直就是不可思议！不要怀疑，市场上就有这么便宜的事！在法律的许可之下，1分成本竟然可以做10到13倍于成本的生意。传统上将本求利、薄利多销的观念，对于金融界是不适合的。试想，在市场上以任何一种行业做生意，要能赚到1个资本额谈何容易！这是要经过多少年的努力才能办到的！然而，金融机构却用不着这么辛苦，如果是在经济景气的年代，金融机构要赚到1个资本额，可以大胆地说：“这是几分钟就可以办到的事。”

买卖金钱的都是金融机构

在市场上，“金融机构”的含义可不是只包括银行而已，那只是对于金融机构的定义不了解所造成的误解。何谓金融机构？简单地说，凡是直接以通货（金钱）作为交易标的物的机构都是金融机构。换句话说，无论买的、卖的都只有通货而没有其他的商品形式，这样的商业组织、营利机构就可称得上是金融机构。

所以，每一个市场都可以被称之为金融机构的营利组织，其商业形态并不完全一样，可是业务内容绝对是大同小异。这也充分地表现出金融机构的地区特性。

第一章 提升你的金融获利指数

如果以国内的金融机构分析，可分为有实体交易与无实体交易两种。所谓有实体交易，即以某种商品作为交易的媒介；而无实体交易则是参与交易的双方或多方，直接进行所谓的“契约”买卖。这就是有实体与无实体的交易内容。

进行有实体交易的金融机构，最具代表性的就是“当铺”。当铺是中国民间历史最悠久，也最典型的金融机构，当铺存在于中国市场究竟有多久的历史？坦白地说，真的无法考证！

不过，从当铺的商业定位与业务性质分析，可以确定当铺是出现在货币交易的时代。因为在“以货易货”的交易时代里，当铺根本没有存在的必要。如果这个推论正确，那么当铺在中国市场上至少已经存在了3000年。

早在商代时就已经出现了货币，并且留下了交易的记录，当时是以金、铜、玉、贝、布等物作为市场交易的媒介，也就是现在所称的“通货”。换句话说，早在3000年前的中国市场上已经出现了需要当铺存在的客观环境！而一般的中国人也早已经习惯了在日常生活中发生“经济危机”时，将其作为实时的周转融资的途径。

当铺可以接受的典当物品，小到一般的生活杂物，大到房地产契。民众拿物品到当铺典当换取所需要的资金，当铺则赚取利息。若是典当品在期限内未赎回，就被视为流当品，当铺可以自行处理。这样的交易约定在中国市场已经执行了千年之久，到现在仍然没有任何改变。当铺通常是以市价的1折到3折收取典当品，除非是抗跌性极强的商品，如黄金、钻石等，当铺会以市价的5折到8折收当，利率则是在10%左右，获利非常可观。相对于其他金融机构而言，当铺的经营安全稳定得多。



金融界不告诉你的真相

相对于当铺的历史，无实体交易的金融机构真的是要年轻很多，而其中最具代表性的就是银行。现在的金融机构最迟要等到“海运”大开以后，荷兰人在全世界做生意的时候，西方早期的银行才因为实际的需要应运而生，算算不过就是三四百年的时间，而中国就更晚了。一直要等到19世纪末，中国市场上才出现了现代银行的雏形——票号，尤其是以山西票号为代表，当时的山西票号可以说是大清朝的民间财政部。

现代的金融机构在中国市场的历史虽然很短，可是“锱铢必较”的观念及心态却非常严重！其实，无实体交易金融机构在中国出现的时间很早。南宋期间，国际贸易盛行，“钱庄”就在市场上扮演着相当重要的角色。除了最基本的金融机构的存款、提款业务之外，那时就已经有“汇兑”业务了。南宋市场上所出现的“飞钱”，实际上就是金融机构的两地的汇兑业务。

南宋迄今已经800多年了，钱庄的出现比起西方银行的出现早了四五百年，但中国的金融机构没有因为历史悠久而得到充分的发展，反而是充满了“当铺心态”，让中国市场上的消费者对新形态的现代金融机构感觉完全陌生，原因就在于落伍的当铺心态与新的经营理念相冲突，所以才会变得不伦不类——国内的银行永远给人一种大型当铺的感觉。

除了银行之外，在资本市场上出现的执行相关业务的公司，如证券公司、期货公司、票券公司、信托公司、基金公司、金控公司、投资顾问公司、财务顾问公司、资产管理公司等，这些公司都是广义的金融机构，尽管这些公司的执行业务内容不尽相同，但是交易标的物不约而同地都是通货，也都是以买卖金钱为主。这些金融机构存在于市场上的各个角落，与一般大众的生活息息相关。

第一章 提升你的金融获利指数

讨论国内的金融机构就不能不谈到“地下金融”。地下金融不是国内所独有的现象，几乎所有的市场都有。

所谓地下金融，就是民间私人借贷的行为。地下金融可能触犯的法律，是《刑法》的重利罪以及暴力讨债时可能犯下的恐吓罪、妨害自由罪、违反枪炮弹药管制条例等罪，但是借钱的行为本身并没有违反任何法律。

综观国内诸多的地下金融，都或多或少涉嫌违法行为，最普遍的就是违反重利罪。依据《合同法》第211条规定：“自然人之间的借款合同约定支付利息的，借款的利率不得违反国家有关限制借款利率的规定。”《最高人民法院审理借贷案件的若干意见》中规定：“民间借贷的利率可以适当高于银行利率，但最高不得超过银行同类贷款利率的四倍。”而一般的地下金融索息都要超过这一规定，地下金融计息多半是以10天为一期采取复利计算。例如，借款9000万3个月的利息已经还了4500万，如果有一期未缴利息，则当期的利息计入本金计算，若是换算成年息，9000万借款的年利率高达200%！

但是，这样的利率在国内地下金融的借贷中并不算是最高的！以涉嫌诈骗的东阳本色集团集资案的吴英为例，到底是正常借贷还是非法集资诈骗，利率成为本案判决的关键。从2005年5月起，吴英以投资开店等名义，以一万元钱一天利息35元到50元不等，陆续从民间集资。这一回报无疑是相当诱人的。以100万元来计算，100天的利息收入为35万元到50万元，半年多就基本能翻倍。

无论是古代的票号、钱庄，还是现代的商业银行、证券公司以及为数众多的隐秘的地下金融借贷，由于都是以金钱作为交易标的物，这



些机构也就具有金融机构的性质。由此可见，买卖金钱的都是金融机构。

“蚂蚁搬家” 的金钱游戏

金融机构虽然不是单指银行而言，但赚钱的名目则是大同小异。除了业务属性较为特殊的金融机构可能有不同于其他的赚钱方法之外，一般金融机构的赚钱方法不外乎是利息收入（包括利差）、汇率差价、账目管理费、手续费、规费、签证费等，不要小看这些金融机构所收取的各式各样的费用，单笔的金额都不高，有的只有几元，可是加起来的总数却非常可观！

听过蚂蚁搬家的故事吗？蚂蚁搬家就是数量大，1只蚂蚁虽然只搬一点，可是千万只蚂蚁一起搬数量可就大了。金融机构所收取的各项费用，就是利用蚂蚁搬家的大数法则来执行。

以金融机构的代表银行为例，银行一般的主要业务是存贷款业务，银行在吸收到存款之后一定要给储户利息，国内目前1年期的活期存款利率大约是1%，而1年期的定期存款利率差不多是2%。这是平均利率数，因为每家银行所定的利率不尽相同，可是贷款利率比存款利率高出很多，却是各银行不谋而合的。

此外，贷款还分成“抵押贷款”与“无担保贷款”两种。

抵押贷款通常是指一般的房地产贷款与企业贷款，这类的贷款一般是银行最大宗的贷款业务，利率通常都是1年期定期存款利率的2~3倍，即4%~6%。贷款利率可以议价，不像存款户银行所给的利息是一样

第一章 提升你的金融获利指数

的，每个贷款户与银行所谈妥的利率不会一样，这样的抵押贷款业务是银行的最爱。

还有另外一种抵押性消费贷款，如汽车贷款，消费者在向车商以分期付款的方式购买汽车，车商则以买卖合同向银行办理消费性贷款，这样的贷款利率通常是1年定期存款利率的6~8倍，即12%~16%。

现在我们大概都知道房价为什么居高不下的原因了：地方政府要经济高增长，房地产商要高利润，银行要没有风险的贷款业务。为使“贫弱”的大众把钱从腰包里掏出来，就创造了“提前消费”这一时髦用语，在房地产市场中则是通过房地产按揭实现的。

抵押贷款在国外普遍流行，抵押贷款的英文单词是mortgage，于是国内把这个洋单词翻译过来，叫做按揭，故意制造一层神秘感。从此按揭一词就代替了抵押贷款。房地产按揭，即借款人在支付了20%~30%的首付款之后，以所购住房作为抵押物向银行申请的、用于支付剩余房款的贷款。

按揭虽说是从抵押贷款衍生出来的，但又与普通的房地产抵押贷款有所不同。根据中国人民银行颁布的《个人住房贷款管理办法》的相关规定：以房地产抵押的，抵押人和抵押权人应当签订书面抵押合同，并于放款前向县级以上地方人民政府规定的部门办理抵押登记手续。抵押合同的有关内容按照《中华人民共和国担保法》第39条的规定确定。由此可见，办理房地产抵押登记时，抵押人必须取得房地产权证，成为房地产权人。但按揭贷款正好与之相反，按揭人只要已与开发商订立了购房合同且支付了部分房款后即可办理按揭贷款。

按揭权人，即银行享有的是一种债权而不是物权，抵押登记只是





金融界不告诉你的真相

预售合同登记，只有按揭人取得房地产权证，同时与按揭权人共同办理抵押登记，才是真正的物权抵押。抵押贷款的申请，抵押人无须先期向贷款银行存入一定数额的存款；但按揭贷款中，按揭人只有在先期向贷款银行存入一定数额存款的条件下才能办理按揭贷款。

按揭的利息要高于同期银行利率的数倍。如果到期未还款，银行会将抵押的所购住房拍卖偿还款项。所以，这种抵押贷款方式对银行来说是左右逢源，不愁款项得不到偿还，相对来说，购房者则成了真正的“房奴”一族，背负着几十年的支付抵押贷款的压力。

一般人对于房地产按揭操作手续的烦琐是有认知难度的，这就需要专业律师的介入，于是成了多方赚取普通大众的钱。而普通老百姓，特别是大城市里的老百姓，则望着居高不下的房价，终于明白了什么叫按揭——按揭就是房地产商和银行把你按着，慢慢从你身上揭下一张皮来。

至于无担保贷款，也就是信用贷款，利率不是以存款利率为基准换算出来的，而是参照《民法》中规定的民间借贷的利率最高不得超过银行同类贷款利率的四倍来进行的。不过为了确保不会“误触”法律，银行一般的做法都是在此上限之下，减少0.01个百分点不等。

坦白地说，这一项业务的所得是银行最大的暴利来源，银行对于所谓的消费金融贷款业务的态度是既期待又怕受伤害！国内几乎所有银行甚至还有部分大型的保险公司都在全力冲刺信用卡及金融卡的业务，当然银行也从双卡业务中赚进了大量的利润，单就信用放款一项业务的收益就高达几十亿到几百亿不等，每家银行都赚到脑满肠肥！就连银行员工的年终奖金都高达6个月以上，不知道羡煞了多少上班族！

第一章 提升你的金融获利指数

除了存放款利率差是银行的主要收入之外，各式各样的规费收入也非常可观！除非不走进银行的大门，不管是企业法人还是自然人，只要是走进银行的大门就准备掏钱吧！

因为在银行，除了单纯的临柜存提款业务之外，几乎是办所有的业务都要付费，开立信用状（LC）要付签证费，跨行汇款也要支付数十元不等的费用，就连在ATM跨行提款机上交易每笔都还要付给银行2元，真的想不出来银行还会有什么钱不赚！

至于其他的金融机构，如保险公司，基金公司呢？他们靠什么赚钱？和银行一样，他们也有这样那样的规费、手续费，公司日常的经常性支出靠这些规费收入就绰绰有余。与银行的不同之处在于他们可以有投资收益。保险公司在销售了保单之后，收到的保费可不是放在银行里存定期，而是进入资本市场、房地产市场等各种市场进行投资；基金公司也是一样，募到资金以后就进行投资，因为投资获利才是这些金融机构的主要获利来源。

金融专业知识决定你的财路

金融业在市场的经济活动历史中，算是古老的行业之一。但是在市场转型发展的过程里，金融业往往又能站在浪尖上，原因何在？

其实道理很简单，这就是金融业的行业特性。不论是在哪一个年代，金融业永远是业务针对性极强的服务业，也就是所谓的专业服务业，尤其是在知识经济的时代，就越发凸显了金融业的专业特性。

有必要特别强调的是：“金融业的专业性并不是绝对性的而是



金融界不告诉你的真相

相对性的。”

此话怎讲？举例来说，在现代市场上专业需求量高的行业有很多，比如高科技产业，消费者每天所接触到的高科技产品有很多，像计算机、3G手机、数字电视、电子家电3C产品等，琳琅满目，消费者不需要了解每天所接触的高科技产品是如何被制造出来的，只要会正确使用就可以了；因为消费者不会由于不知道如何生产出高科技产品，而在消费的经济活动中蒙受损失，而高科技产业这样的专业特性是属于技术层面的，对产业本身是绝对性的需求，对消费者则是可有可无的。

但是金融业就完全不一样了，凸显金融业的专业特色，不是在金融商品的本身而是在与消费者交易的过程中，金融商品不同于高科技产品之处就在于商品本身是否具有真实性。比如，一台计算机即使不被使用，仍然是一台计算机，计算机不会因为不被使用就不是计算机了；可是金融商品就不同了，未被使用的金融商品根本就不存在，试想一张未被使用的信用卡是什么？可能只是块塑料片，而一份没有卖出去的保险合同或一张没有存款的存单会是什么？什么都不是！

因为没有经过一个交易的过程、没有被消费者接受的金融商品就不存在，遑论有什么价值！金融商品虽然是被金融机构设计出来的，不过能决定金融商品真实存在价值的只有消费者，因为只有完成真金白银的交易，金融商品才能真正成为一件商品。

所以，在交易的过程中，消费者所拥有的金融专业知识就显得格外重要！

在与金融机构的交易中，消费者总是处于信息不对称的位置。对于金融企业来说，信息不对称是赚钱必不可少的条件。从国际经验来

第一章 提升你的金融获利指数

看，金融企业总是流向信息最不对称的地方。“信息不对称”是当今的一个时髦名词，但信息不对称在企业经营中却并非仅是一个概念，而是一个简单又实用的赚钱工具。比如，国有股减持的消息，这一信息在未被证实前，曾被市场传得沸沸扬扬，但十次传闻中也未必有一次是真的。而很多人在经历传闻时，很可能经受不住压力而将股票抛出，如果你知道哪些传闻是假的，在这时买进这些股票，这很可能就是一夜暴富的机会。

具备金融专业知识的多少会决定在金融商品的交易过程中，消费者是否会蒙受损失！如果消费者的金融专业知识不足，就只能做任人宰割的肥羊了！金融知识的专业性表现在金融机构的身上，同时也必须表现在消费者身上，这就是金融专业知识的相对性；如果不是这样或者做不到这样，那么金融业就不是专业服务业了，而是“诈骗罪”！

不过金融专业知识多如牛毛，要了解多少才算够？理论上当然是知道得越多、越深越好，然而事实上不太可能掌握周全，为了避免出现一些低级的疏漏，比较基础或是正当流行的金融专业知识要能掌握好。

像是政府的金融政策的专业术语，如“降息一码”指的是什么？回答这个问题要分成几个部分：“码”指的是银行存款利率的计算单位，一码是指0.25%；而所要降的息又是什么？指的是银行的存款准备率；银行的存款准备率又是什么？银行在吸收到存款之后不能够全部放贷出去，必须保留一定比例的存款以备存户随时提领，至于要保留多少则要根据中央银行的决定，中央银行则会视通货在市场上的实际流通量来决定利率，这就是存款准备率。

在证券市场上，有很多重要概念需要事先弄清楚。例如，权证跟



金融界不告诉你的真相

股票一个重要的差别在于权证通常都有一定的存续期。过了存续期，未行权的权证即予以注销。在权证的存续期内，有两个关键的时点值得投资者特别注意，即“最后交易日”和“到期日”。很多投资者把权证的“最后交易日”和“到期日”混为一谈，以为到期日就是权证的最后交易日，实际上二者有很大不同。“最后交易日”指的是权证可以在二级市场上进行交易的最后一天，过了最后交易日，权证将不能在二级市场上交易，此时持有权证的投资者将不能售出权证，只能选择是否行权。而“到期日”是指权证的存续期截止的日期。到期日过后，权证存续期终止，未行权的权证成为废纸一张，不再具有任何价值。

根据上海证券交易所颁布的《权证管理暂行办法》第14条的规定，权证存续期满前5个交易日，权证终止交易，但可以行权。这里的前5个交易日（不包括双休日）包括到期日，即如果到期日为 T ，则 $T-5$ 交易日即为权证的最后交易日。举例来说，钾肥JTP1的到期日为2007年6月29日，其 $T-5$ 交易日为2007年6月22日，即为钾肥JTP1的最后交易日。

市场上不乏将“最后交易日”和“到期日”混淆而遭受亏损的例子。2006年12月15日，某投资者花费3万余元资金买入机场JTP1，当天没有卖出。原来，该投资者错把“到期日”2006年12月22日当成了“最后交易日”，以为要到22日之后权证才停止交易。而实际上买入权证的这一天正好就是机场JTP1的最后交易日。结果，最后交易日一过，该投资者无法出售手中的权证，只能选择是否行权，但是，由于机场JTP1处于价外，选择行权只会导致更大的亏损，于是3万余元全部打了水漂。

又如，这几年国际的资本市场蓬勃发展，个人投资理财已经形成了风潮，那么经常出现的一些专有名词如共同基金、私募基金、连动

第一章 提升你的金融获利指数

债、ETF等，指的是什么？彼此间又有什么差别？

它们都属于“衍生性金融商品”，都是金融机构设计出来的投资途径；而它们的不同之处在于商品设计的规定不同，使用方法不同，投资标的物不同。

例如，共同基金属于公开集资的性质，投资标的物也必须在事先向投资人说明清楚；私募基金与连动债的相同之处在于不可以公开募款，不同之处是私募基金不需要告诉投资人所要投资的标的物是什么，而连动债就必须说明清楚投资标的物；ETF则是属于股票指数型基金，一般的共同基金、私募基金都可以投资，个人也可以直接购买。这些都是一般投资大众所必须要了解的。若是连这些都不知道，就贸然进行投资，那无异于盲人骑瞎马，夜半临深池，险象环生！

然而消费者要能切实掌握并且运用金融专业知识，并不在于知晓金融专业名词，而是在于对金融相关法律的了解程度，这样才能确保本身的权益不至于有损失。

要维权先要吃透“游戏规则”

在国内，直接、间接规范金融业发展或管理金融机构的相关法令法规，没有一千也有八百，一般大众真的都要弄明白以后，再与金融机构往来吗？没这个必要，事实上也大可不必，全世界没有人会这么做的。因为这么做不但旷日废时，而且不会有太大的效果。那么是不是干脆就把这些法律规定抛诸脑后不需要加以理会呢？在与金融机构打交道的过程中，这么做肯定会吃亏的！一般大众只要了解与自身权益有关的



金融界不告诉你的真相

规定就足够了。

金融机构也是一种商业机构，将本求利是他们的本性，把握了这一点总规律，在与金融机构打交道的过程中就会有较大的回旋余地，从中可以使我们看透更多的金融机构的商业本质。

以信用卡为例，持卡人如果到期账单未予交付，发卡行一般会进行催收。按照我国《刑法》第196条的规定，持卡人恶意透支可能构成信用卡诈骗罪。恶意透支，是指持卡人以非法占有为目的，超过规定限额或者规定期限透支，并且经发卡银行催收后仍不归还的行为。

实践中，一般法院会以恶意透支5000元以上，超期三个月经发卡行多次催告未还，作为是否构成信用卡诈骗罪的参考依据。然而，从法理上来说，这种恶意透支的判定，只是一种推定，即使消费者并无主观恶意，的确是因为客观原因导致无法还款，也有可能被“昏聩”的法官判定为“有罪”。对于此种情况，已有判决的先例。

不过，选择通过刑事途径追缴欠款的银行好像不多见，银行大多会选择民事诉讼，只有极个别案例才会选择刑事报案。其原因主要是在办卡的过程中，持卡人和银行签订了合同，且在刑事判决中，法院基本不考虑拖欠的利息和滞纳金，对此银行只能另行选择民事诉讼追偿。因此，银行通常会选择民事诉讼，而很少选择刑事报案。尤其在持卡人需支付给银行的利息和滞纳金较多的情况下，根据“将本求利”的商业本质，银行更少采取刑事报案的行为。

对于滞纳金和罚息，只有行政机关才有权收取，金融机构是没有权利对于消费者处以滞纳金和罚息的，滞纳金与罚息这种表述方法本身就有问题。但在信用卡发放的过程中，消费者可能并不知道这种滞纳金

第一章 提升你的金融获利指数

与罚息的具体计算方法，例如，几乎所有银行对于滞纳金的规定都是“少还一元全额罚息”，这是极端不公平的。最近就有银行收取持卡人滞纳金和复利败诉的案例发生。

在投保以前仔细阅读保险条款极为必要，了解保什么和不保什么。现在的保险产品成百上千，但不管怎么变，条款里面永远有这么一条——保险责任及责任免除。这是条款的核心内容，“保险责任”告诉投保人，如果买了这份保险，究竟可以保什么；而“责任免除”则告诉投保人不保什么。所有的投保人都希望“保险责任”足以涵盖他们的需求，而“责任免除”越少越好，所以签单前弄清楚这条内容很重要。

从消协掌握的情况来看，无论是银行业还是保险业，类似的合同或合约中都普遍存在加重一方责任的条款。比如，在一份汽车保险合同中，保险人免责的条款只有五六条，而保险公司免责的条款则多达60多条。这就是典型的有失公平的体现。而且，作为格式合同，其中最后一条都特别说明“本人已仔细阅读以上合同内容”，事实上，很多告知、提醒的义务，银行方面根本没有做到。

从合同的性质上讲，保险合同是一种非常不公平的合同，因为合同的文字条款是保险公司单方制订的，有的文字条款可有多种解读，所以，一旦打起官司，吃亏的是客户。换言之，一旦你和保险公司签订保险合同，以后你和这家保险公司打官司的概率可能是80%，除非你放弃理赔。而在这80%的概率中，胜诉的可能性是15%，因为保险合同文字条款是有多种解读方式的，能获正常理赔的可能性是20%。因此，你买了一份保险，能得到理赔的概率是35%。

一般大众与金融机构往来是不太可能涉及刑事责任的，除非有非



金融界不告诉你的真相

常明确的犯罪意图；否则，反而是金融机构要负担较大的法律责任。这是为什么呢？

有个“无赖论调”如下：如果你欠银行100万，是你怕银行；如果你欠银行100亿，是银行怕你。知道为什么吗？从法律的角度说，无论向银行借贷了多少钱，都是属于民间的借贷行为。万一不幸发生了纠纷，也只是一般的债务纠纷，没有任何的刑事责任。即使债权银行把债务人告上了法院，法官也只会进行债权确认，要求债务人还钱而已，至于债务人是否有能力偿还，或者怎么还，还是由债权人和债务人双方协商解决，法院是不会主动介入的。这就是贷款人如果欠银行的钱多到一定数量的时候，贷款人完全不会担心银行会对其提高贷款利率或者强迫还款，反而银行会主动为贷款人设计最轻松的还款方式，如果有什么困难还可以和银行协商延期还款，或是降低还款利率甚至豁免债务。

但面对小额借款人，银行可就是另外一副面目了！他们随时可能提高贷款利率，甚至要求提前还款。万一小额借款人出现延迟还款的情况，银行就会变成如影随形的讨债鬼。银行会有这样极端不同的态度，其实原因是一样的——怕借款人不还钱，银行又无可奈何，只好出此下策；因为钱借得少，银行赔得起，所以才敢恶形恶状！

相信经常与银行打交道的人，对于银行初一、十五不一样的态度，肯定是“寒天饮冰雪，点滴在心头”！

尽管与金融机构打交道有着许多的感触，甚至是受了很多的窝囊气，可是在现代的经济生活当中，一般大众很难不与金融机构往来。既然避免不了，那就要做好与金融机构打交道的各种准备，最重要的是：不要被高楼广厦富丽堂皇的外表给蒙住了！

第一章 提升你的金融获利指数

金融机构是标准的营利机构，而非慈善单位，他们只会做雨天收伞的事，而不会雪中送炭，因为赚钱是金融机构唯一存在的目的，并且他们所销售的不是真实存在的商品，而只是种“契约”。

金融交易都是以买卖“契约”的形式进行的

在现代的市场经济生活当中，不管是谁都很难做到绝对不与金融机构接触。在难免会接触的情况下，我们会发现一个共同现象存在：无论与什么性质的金融机构往来，办理什么样性质的业务，都会被要求签订一大堆的文件。为什么？这是完成法律效力的构成要件。

哪怕是在金融机构办理最单纯的“开户”业务，开户人都要签下许多文件，其中包括了同意书、保证书、确认书、还要原开户印鉴或签名。如果是帮未成年子女开户，还要再加上一份授权书。一般而言，到金融机构不管办理何种业务，签名是绝对不能少的，而越是复杂的业务需要签的名就越多。

签这么多名，金融机构烦不烦？烦，但再烦也要签，因为只有通过签名的确认才能取得客户的授权，完成法律效力的程序，这是所有金融机构的业务模式。无论是最简单的开户业务，还是销售保险、申购基金、下单期货，都属于无实体业务，换言之，就是在买卖“契约”。相信很多人在与金融机构接触往来的过程中，都会有个共同的经验，即金融机构的人员不论是业务员还是理财专员，俊男美女在光鲜亮丽的外表下，手上拿着的可能只是张简单的DM（即快讯商品广告），向客户解释DM的内容、利率或投资报酬率，等到客户似懂非懂的时候，就拿出



金融界不告诉你的真相

一堆文件要求客户签署，而这些文件就是金融商品的“契约”，只要客户一签名就等于完成交易了，同时也完成了客户对金融机构的法律授权。

金融机构只有买卖契约，才能获得真正的赢利。金融商品的交易没有完成法律授权之前是无效的，虽然在法律的概念里，口头协议也是被承认的，但是能不能有效地受到法律保护则会受到举证能力的影响。如果在对簿公堂的时候，双方都承认有口头协议的存在，那么协议的内容自然会受到法律的承认，被裁定为有效的；如果其中有一方不承认有口头协议的存在，那么协议的内容在协议未被确定存在之前是不受法律保护的。

这就是为什么金融机构在销售任何金融商品的“契约”时，就算是些细枝末节的协议也都会被要求签名确认，而金融机构的人员也不会被授权与客户进行口头协议，原因就在于“举证困难”！同样的，金融机构人员在金融商品契约交易外，对客户所做的任何口头承诺，也不会得到金融机构的认可或追认。不过，在有些金融商品的销售过程中，为了完成交易，有时候业务员或理财专员会运用一些销售技巧以及暗示性承诺，客户如果相信了这些而签了字，往往就是日后发生金融交易纠纷的原因。所有的金融商品交易都是以“契约”的形式进行，完成法律程序并取得所有完成法律程序的证据，这就成了保障金融交易的唯一方法，并凸显金融交易的特殊性。

第一章 提升你的金融获利指数

通货（金钱）是所有金融交易的唯一标的物

为什么市场上会戏称金融机构的工作机会是金饭碗？这是有原因的。而古今中外几乎所有在市场上出现过的行业，金融机构是被人称之为金饭碗的不多的行业之一！在国内过去的60年中，金融机构（特别是银行）在就业市场上，一直都是求职者最向往的工作之一——银行的工作给人的感觉是：稳定并不亚于公务员，而待遇、福利优厚这点则明显高于公务员。好像是一进入银行工作，这一辈子就有了保障。这是为什么呢？

难道银行的工作就真的好到这种程度吗？

当然不是。同样属于金融机构的保险公司，早期在国内可是乏人问津的行业，只有那些失业或做生意失败的人才会去拉保险。而社会上对于保险业务员也都是避之唯恐不及，一般的办公大楼也都张贴有“谢绝推销及保险业务员进入”的公告。为什么同样都是金融机构，保险公司与银行的待遇却有着天壤之别？

原因是银行每天都“浸泡”在钞票堆里，给人一种好不富贵的感觉！而早期市场上的普通大众并不了解保险公司和银行一样，也是直接买卖钞票，获利甚至比银行还大，真的是应了一句老话：“有眼不识金镶玉！”

其实保险公司、银行和其他的金融机构都是一样的，直接交易通货（金钱），也就是俗话说说的“用钱赚钱”。

这种以通货作为交易标的物的做法，在市场上独树一帜，完全不同于其他行业的交易方式，所以金融机构的交易场所就被称为“资



金融界不告诉你的真相

本市场”。

然而，由于通货交易具有便利性、隐秘性、集中性的三大特性，所以金融机构很快成为市场上的焦点，同时也促使金融机构成为高获利的行业。

但这并不意味着一般投资大众也能轻易获得高利润，原因是绝大多数的金融机构在操盘投资的过程中，“不会做出保证获利的承诺，这种拿别人钱来玩的做法，不但赔不到自己，还可以分一杯羹”；反而是投资大众在这样的过程中，肯定是要做冤大头！真的是被人卖了，还要帮人数钞票。

市场上的经济活动中，赚钱本来就是天经地义的事，但不是赚取暴利或是做变相的无本生意，因为这会破坏市场竞争的公平性。金融机构当然可以赚钱，不过直接交易通货的三大特性，使得一般投资大众根本无法有效地掌握正确而及时的信息，这些都要靠金融机构提供，但是一般的金融机构却做不到这一点。比如，基金净值永远无法反映出基金的实际获利与亏损，这并不是暗示着基金公司刻意隐瞒，而是资本市场上的行情走势变化太快。如果不是有具体的安排向投资人说明做法，要想做到实时反映根本办不到的，可是基金公司必须要做到。如果做不到，投资人就可做合理的怀疑——基金公司可能有其他的动机或有不敢向外人道的目的。

衍生性金融商品是种“大富翁”游戏

金融机构在市场上本来是资本中介业，为什么现在却成了“制造

第一章 提升你的金融获利指数

业”？金融机构究竟制造了什么，竟然改变了金融机构在市场上的行业属性？

因为金融机构变更了它在市场上的游戏规则，设计推出了衍生性金融商品，衍生性金融商品的出现充分显示出金融机构不再只以作为资本中介业而满足，那么衍生性金融商品是什么？是经过法律同意、精算过程的金钱游戏！

衍生性金融商品虽然不是一般的商品，但是却比一般商品更具有市场价值，拥有更多元化的功能。可以说，衍生性金融商品是金融机构设计出来的具有最高附加价值的商品！因为衍生性金融商品，通常只是介绍给市场的一种新颖、流行的消费投资的理念、工具或方法，就好像带着大众玩一场“大富翁”游戏，只是这场“大富翁”游戏的所有游戏规则都是由金融机构设计的，而且是要以真金白银作为代价的！

凡是参与这场“大富翁”游戏的玩家，这样的过程可以当做一场游戏，但结果绝对不会只是一场梦，可能是要面对辛苦的生活处境以及许许多多的悔不当初！

这可不是污名化衍生性金融商品，而是衍生性金融商品本身的设计就是一种圈套！一般厂商生产出商品就会送到市场上进行销售，有生产才会有消费，这是正常的经济活动程序。可是衍生性金融商品的设计者并没有将属于“生产”的概念设计在衍生性金融商品的规则中，而只是不断强调消费的需要性及便利性，然后再把金融机构发行衍生性金融商品的获利企图，设计隐藏在每一个消费过程的环节中。所以，为什么会说，只要接受并使用了衍生性金融商品，消费者就会是唯一的输家，而发行衍生性金融商品的金融机构就可以“等着赚”、甚至是“躺着赚”！



金融界不告诉你的真相

在金融机构未主动而明确告知——提醒消费之前应努力生产，反而是不断地催眠鼓励大量盲目的消费时，这场“大富翁”的游戏就可视为金融机构有意的骗局！

衍生性金融商品20年前在金融市场上还很不起眼，而到了2002年，规模已增长到106万亿美元。从股票、债券及外汇等基础金融市场衍生出来的这种商品，原设计是用来缓和投资损失，或称“风险对冲”(hedge)。比如，有些契约能保护权证持有人规避抵押证券亏损。不过，这种契约之标的资产价值评估不易，会增加不确定性，反而扩大风险。在更大规模上，衍生性金融商品这种交易契约可让金融机构承担更复杂的风险，例如发行更多抵押债券或公司债。这些契约可以交易，借此进一步降低风险，而一旦出了问题，也会造成更多人涉险。

被誉为“股神”的巴菲特早在多年前的股东信中就提及他对衍生性金融商品的戒备、恐惧。

1998年，巴菲特买下“通用再保”(General Re)时，发现该公司和884个很多听都没有听过的交易对象签下2万多笔衍生性商品契约。这块烫手的山芋，让巴菲特难以入眠。尽管当时巴菲特当机立断，要让衍生性商品部门关门大吉，但前前后后也消耗了大约5年的时间、4亿美元的代价，才安然解决。

曾经出现的中信泰富荣智健的非典型性谢幕，也与投资金融衍生品有关。这是一场大富翁游戏，荣智健的大败，再一次验证了其祖父教诲的正确性——固守稳健，绝不投机。有人说：“精通金融知识的人，面对高风险的衍生产品，应有敬畏之心。否则，即使是30年驰骋沙场的巨贾荣智健，也不得不面对155亿港元的巨额浮亏。”

在国际市场上，金融衍生品是一把“杀人不见血的刀”。38岁的

第一章 提升你的金融获利指数

金某几年前自创一家IT公司，被海外风险投资基金收购后，让他拥有了
一大笔外汇。2000年，金某在汇丰私人银行香港分行拥有了自己的账
户，汇丰私人银行专为身家千万以上的富豪们服务。

2007年10月，金某有意投资港股，就请汇丰私人银行客户经理汤
太太帮其推荐股票。汤太太发给金某一封邮件，推荐了3只股票(华电国
际1071、中国铝业2600、南车时代电气3898)和1只基金(霸菱香港中国基
金)。发完邮件一刻钟后，汤太太又给金某打了个电话。

这个电话改变了一切。

汤太太在电话里向他推荐了一只产品，说可以用比市场价低20%的
价格买入股票，这样比直接购买股票要安全得多，而且可以市场价103%
的价格抛售，让他先买1000股试试。2007年10月12日，汤太太帮金某
“以市场价的79.9%”，即19.54港币的价格购入了“1000股”中国铝业
(2600)，投资期限一年。

之后的三个月异常平静。金某没有收到汇丰私人银行任何对账单
或交易信息。直到三个月后，金某接到汤太太的电话，说他账户中的资
金不够交割2600买股计划了，甚至卖出其账户中的所有股票，也不够支
付FA2600合约总金额，要求他存入现金、股票或债券。

听到这个消息，金某大吃一惊，购买汤太太推荐的产品之前，金
某的账户里有120万美元、60万港币，只买了1000股中国铝业，钱怎么
突然就没了？

几次和汇丰私人银行交涉后，金某才知道，自己买的根本不是什
么打折股票，而是高风险的金融衍生产品Forward Accumulator，风险等
级为最高级别的5级。

金某反复研究金融衍生品的产品说明书后才明白，汤太太所说的



金融界不告诉你的真相

中国铝业打折后的价格19.54港币是行使价格。1000股也根本不是一个小数，不是一共只买1000股，而是要每天买进1000股中国铝业，价格为19.54港币。而且，当市场价低于19.54港币时，则必须以19.54港币的行使价格每天买入双倍股数，即2000股中国铝业。每两周交割一次。这样算下来，合约一年的投资额达上千万港币。

而中国铝业从2007年10月12日收盘价24.25港币跌到最后一个交易日2008年10月10日的收盘价3.29港币，一年中的跌幅高达86%，远超过同期港股跌幅。金某就以每天2000股的速度、19.54港币的价格不停买入中国铝业。

当金某搞明白是怎么回事，要求取消合约、赔偿损失时，客户经理告诉他，合约无法取消。而金某原来的客户经理汤太太2008年4月调离了。作为唯一“契约”的那通销售电话，银行到2008年11月3日准备单方面强行斩仓前两天才告知金某录音找到了，但金某必须亲自到香港汇丰私人银行办公室才能听到。2008年11月5日，汇丰私人银行对金某的账户强行平仓。这时，金某账户中的120万美元、60万港币悉数亏损殆尽，还欠了银行23万港币。银行方面要求他归还这23万港币。

金某认识几个和他一样被外资银行理财理到巨额亏损的投资者。粗略估算，每年至少有上千人会受这类复杂的、高风险的、被销售人员误导的金融衍生品之害。

实际上，除汇丰银行外，还有星展银行、荷兰银行等在香港的私人银行销售金融衍生产品。这些产品已经使北京、上海、广州等地的内地投资者遭受数十亿元以上的损失。类似事件引发的纷争也在不断升级。

与西方数千年的“大富翁”游戏历史相比较，国内对于衍生性金

第一章 提升你的金融获利指数

融商品的认知程度还处在幼年期。事实上，在衍生性金融商品被推出之后，获利绩效不但直追金融机构传统的业务利润，甚至有时候还超过传统的获利，成为金融机构新的、主要的获利来源。显而易见，金融机构已经是衍生性金融商品的最大获利者！然而金融机构在获得巨大利益的同期，并没有善尽维护市场经济活动安全运作的责任！

因为衍生性金融商品给消费市场带来的是假繁荣、是消费信用扩张后出现的经济泡沫！在市场经济的发展过程中绝对是一种隐忧！

举例来说，2007年开始在美国出现的“次级房贷风暴”就几乎让美国的金融市场崩盘！甚至还波及全球资本市场，造成世界性的“股灾”！或许有人弄不清楚，一个美国次级房贷风暴怎么会造成这么严重的影响？

这就是美国金融机构所设计出的“大富翁”游戏。房屋贷款这样的金融业务有着强烈的地域性，而所谓的次级房贷业务也是一样，都是属于金融机构的传统业务范围，只是因为次级房贷的客户具有特殊性，所以次级房贷的利率是一般房贷的3~5倍。但美国的金融机构为了分散风险，也为了获得更高的利益，竟然把次级房贷包装成为衍生性金融商品向全世界的金融机构兜售。由于美国是全世界的经济龙头，所以很快，世界各地的金融机构就争先恐后地购买美国次级房贷的衍生性金融商品，投入美国次级房贷的市场，其结果就是在这场风暴中遭受严重损失而无一幸免！美国次级房贷的风暴之大，归根究底都是衍生性金融商品惹的祸。



衍生性金融商品的种类

什么叫衍生性金融商品？恐怕要先做一段说文解字，解释一下何谓“衍生性”。所谓“衍生性”，意思是本来不存在的，因为附属的关系才被凸显出存在的价值，这就像是附属在某些金融商品的身上，成为一种新的附加性多功能的金融商品。最具代表性的衍生性金融商品就是“信用卡”，信用卡是标准的衍生性金融商品，信用卡的源起是无担保信用贷款，是金融机构为了增加营收获利而开发的业务。

因为金融机构的无担保信用贷款每申请一次就要核贷一次，不但手续烦琐，核贷更是耗费时日，完全无法充分发挥出应有的经济效益，而且核贷条件标准不一，非常容易产生各种弊端，所以金融机构就研究出一次性标准化的审核授权方式。一旦审查通过，金融机构就会发给申请人某种凭证作为依据，而这个凭证就是信用卡，消费的利率为基准计算，由于信用卡是采取授权方式进行，风险又比无担保信用贷款逐次审核高得多，所以利息也高得多。这就是信用卡在消费市场上出现的始末。

当信用卡的消费行为被市场普遍接受以后，信用卡的功能就开始多元化、复杂化，从而在信用卡这个衍生性金融商品的身上，产生出新的衍生性金融商品。“现金卡”就是最典型的衍生在衍生性金融商品身上的衍生性金融商品。现金卡是由信用卡“预借现金”的功能脱胎转世的，如果按照衍生性金融商品设计的规则推论，从不担保信用贷款能开发出信用卡、从信用卡能开发出现金卡，如果没有政府的干预，真的不知道在现金卡之后，还会开发出什么样的衍生性金融商品。

第一章 提升你的金融获利指数

衍生性金融商品就是由传统或基础金融市场上（包括货币市场、债券和股票市场、外汇市场等）衍生出来的商品，换言之，即从外汇、债券、股票、短期票券等现货市场上衍生出来的金融商品。更具体一点地说，衍生性金融商品是一种财务工具或契约，其价值是由买卖双方根据标的资产的价值（如外汇的汇率、短期票券的利率、股票的价格等）或其他指针，如股价指数、物价指数来决定的。

由此可知，衍生性金融商品是基于金融机构本身的获利企图，在配合市场上的客观需求的变化设计产生的，所以衍生性金融商品具有强烈的地域色彩。那么，金融机构所开发的衍生性金融商品究竟有哪些？

坦率地说，这实在很难逐一列举说明。消费者永远不知道明天金融市场上又会出现什么样的新产品——金融机构一直都在“教育”消费者最新的消费观念及方法。既然在技术上无法逐一列举说明衍生性金融商品，不妨反向操作，说明金融机构的传统金融商品。那么，金融机构的传统金融商品又有哪些呢？

事实上，金融机构的传统金融商品只有存款与贷款这两项，除此之外的所有金融商品都是衍生性金融商品。这才符合金融业在市场上的行业属性。金融业是资本中介业，所以传统业务不可能复杂，中介业不过就是联络买卖双方而已，既不生产也不消费，业务特性简单明了。可是金融机构并不满足于资本中介的市场角色，而是想要介入制造业的行列进而开发衍生性金融商品，使整个资本市场的运作变得复杂起来。

衍生性金融商品是从一些基本证券（如股票、债券等）所衍生出来的金融商品，它的价值会受到这些基本证券价格的影响。如果要将所有的衍生性金融商品列出，我们可以列出一大串的名称，尽管名目繁多，但大多数的衍生性金融商品都可以归结为两种基本形态：远期契约



金融界不告诉你的真相

与选择权。

远期契约是一种金融契约，签订契约的双方同意在契约到期日时依事先约定的价格买进与卖出一定数量的资产，签订远期契约的双方不仅有权利而且也有义务履行契约。譬如，甲出口商预计在30天后会收到100万美元的货款，为避免美元贬值而遭受损失，它可以与银行签订远期美元契约，约定在30天后以27.3元的价位将100万美元卖给银行。在30天到期时，甲出口商将100万美元交给银行，它从银行收到2730万的新台币。若美元升值，甲出口商有损失；若美元贬值，则银行有损失。

选择权是另一种金融契约，有两种基本形态：1.买权(call option)，买权的持有者有权利在未来某一特定时间依契约所载的价格向对方买进一定数量的资产；2.卖权(put option)，卖权的持有者有权利在未来某一特定时间依契约所载的价格卖出一定数量的资产予对方。契约上所载的价格称为执行价格(exercise price)。在选择契约到期日或到期日之前都可以执行权利者，称为美式选择权(American options)，而欧式选择权(European options)则只有在到期日才可以执行权利。选择权的持有者有权利执行契约但没有义务。譬如，股票买权的持有者只有在股价高于执行价格时才会执行买权获取利润，在股价低于执行价格时并不会执行买权。此时的损失只是购买买权时支付的权利金而已。但是，选择权的卖方有履行契约的义务。因此，选择权买方的利益就是卖方的损失；选择权买方的损失，就是卖方的利益。

第一章 提升你的金融获利指数

你正在堕入“笼中老鼠”的赛跑游戏

衍生性金融商品最大的陷阱就是“买空卖空”！衍生性金融商品其实只是销售契约的行为，根据不同契约的精神，金融机构贩卖的可能是承诺（如保险）、可能是信用（如信用卡）、可能是希望（如共同基金）。可是，不论金融机构贩卖的是什么，都需要消费者真金白银地“支持”，否则承诺、信用与希望都是空谈。因为金融机构不会拿出一毛钱为消费者谋任何福利，设计出衍生性金融商品的目的是为了赚钱，而且要做到稳赚不赔。这就像是“老鼠赛跑”的游戏：一只老鼠在滚轮中不断地奔跑，老鼠跑得越快滚轮就转得越快，不管老鼠跑多久绝对跑不出滚轮！

消费者就是那只老鼠，而衍生性金融商品就是滚轮，一旦消费者签下了衍生性金融商品的契约，就等于是老鼠跑进了滚轮，从此以后就只能在“已经被设计的规则中玩”，老鼠不管跑多快、跑多久永远无法跑出金融机构设计好的规则，结果只会越跑越累、体力耗尽、资产越少、越跑负债越高，除非不进入滚轮，否则消费者永远是输家！

消费者要以正确的心态面对衍生性金融商品，不要对衍生性金融商品存有任何幻想，衍生性金融商品被设计出来的目的是为了赚消费者的钱，衍生性金融商品是不会照顾到消费者的利益，更不会为消费者理财，所以要懂得利用衍生性金融商品，理财还是要靠自己。

交易靠什么才能成功？这个问题困扰着进入投机市场的每一个人，相信没有人是想来给别人送钱的，但残酷的事实的确证明，大多数



金融界不告诉你的真相

人特别是新手肯定是赔钱一族。有人一定会反驳，说最近某某期货营业部几个小青年用几万元挣到了几十万元，赚钱易如反掌。笔者也听说过此种情况，甚至还知道某些借此赚了钱的人的名字，账上的钱不是假的，如果他能及时收手把钱取出来。

这是纯粹的赌博，不是交易，二者之间有诸多相似之处，让人一时半会儿找不出差别来。当你进入澳门或拉斯维加斯的赌场时，你就一定是一个赌徒吗？差矣。赌徒不是按他到什么地方来分的，在赌场里有投机者，同样在交易市场里也有赌徒，他们最重要的不同之处在于风险控制。交易市场里的赌徒通晓规则，懂得利用规则，这与一般的赌徒又有所不同。

举例来说，2007年有某一家外商银行为了吸收存款，推出了网络转账免费每笔回馈新台币6元的衍生性金融商品。结果就有一位聪明的医生把自己存在其他银行的200多万的存款，分别转账了58万次，平均一次转账只有几元，最少的一次只有1元，结果却从这家外商银行赚进了300多万元回馈金，造成这家外商银行不少的损失！后来这家银行变更了游戏规则，重新规定：网络转账每天不得超过20次。想不到吧，银行也会吓坏了！这位聪明的医生做得实在是太漂亮了。

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险



第二章

最具代表性的衍生性金融商品——保险

保险为什么会是衍生性金融商品的代表？

因为保险是第一个被金融机构契约化包装并进行销售的非金融性商品。此话怎讲？一般人对于衍生性金融商品的认知大概只有一种概念，那就是金融商品的多元化现象。其实，衍生性金融商品分成两种，一种是借用保险、债券、股票、期货等非金融性商品，经由金融机构契约化包装后形成衍生性金融商品；另外一种是从金融机构从现有的金融商品中研究开发出来的，如信用卡、共同基金，连动债等。

保险本来就不是什么金融商品，保险只是种济困扶危的承诺，这一点与金融机构“渔利赚钱”的宗旨大相径庭，所以根本连金融商品的边都沾不上，可是现在却成了衍生性金融商品的代表！奇怪吧？

最早期的保险是从19世纪初英国的教会中出现的，原来是为了帮助往生（死亡）教友的家庭，如果发生经济拮据的情况，教会里的其他教友就会共同捐款协助。教友们的这种济困扶危、慷慨解囊的行为，从原来的出于自愿的善心逐渐演变成为一种制度，教友在生前要向教会缴



金融界不告诉你的真相

一笔互助金（后来称为保险金），由教会保管，等到有教友过世以后，再把互助金拿出来交给过世教友的家属，这就是现代保险制度的滥觞。

然而时过境迁，保险的制度被金融机构引进到资本市场，保险成为衍生性金融商品。保险的功能逐渐多样化，而保险的原始立意却被不断地淡化、边缘化。“生命无价”的观念在保险这种衍生性金融商品中被扭曲了！而且从此以后，每一个人的生命都是有“价格”的，并且每一个人的价格都不一样！更令人感到遗憾的是，即使每一个人的生命有不同的价格，可是决定其价格多少的竟然不是自己，而是保险公司！

相信绝大多数的投保人（保险购买者）都没有发现，自己的生命实际上到底价值多少？其实这不是他自己决定的，而是保险公司决定的。这一点可从大额保单的交易中看出端倪。大额保单不是想买保险公司就会卖的，通常保险公司的做法是在投保人付出了保险金以后，保险公司还要对被保险人进行健康检查，而且还要对投保人进行风险评估——是否有道德风险的存在，如果在这一连串的检查评估的过程中，有不通过或存在疑虑的问题，一般的做法就是退保，否则就要提高投保金额，所以消费者千万不要认为：命是你的，钱也是你的，没有理由得不到尊重。能不能得到保险公司的尊重，不在于消费者的命，也不在于消费者的钱，而在于该消费者在保险公司眼里是不是最有价值的客户。

当然，从另一方面来说，许多的问题也不能完全归结在保险公司或业务人员身上，而是在投保人。许多人总以为自己很聪明，很懂保险，在没有正确了解保险前，就盲目地购买保险，最后引起了许多的官司和纠纷。

奉劝消费者千万不要有“花钱的是大爷”这种心态。在保险这种衍生性金融商品面前，钱花了能不能成为大爷不知道？可是大爷当不成却成为冤大头的大有人在！

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

保险公司要赚钱：核保从宽，理赔从严

保险制度虽然源自于宗教教会，可是经历了200年的发展后，在保险之中关怀人性的光明面已经被边缘化了，特别是在保险制度被金融机构发现，认为奇货可居而加以包装成为衍生性金融商品大力营销以后，保险已经不再是相互扶持的互助行为，而成为金融机构敛财的工具。

保险本来具备互助精神，可是一旦成为衍生性金融商品以后，保险就成了精算出来的“生死契约”，生命的一切都可以用金钱计算！这是一种标准经营商品的概念，而基于这样的概念所衍生出来的就是不折不扣的商业行为。现代保险推广靠的是宣传广告及业务营销，保险业务员不会去关心被保险人的生老病死，只会关心被保险人会不会为自己未来的生老病死预做安排？以及会拿出多少钱来安排？保险这种衍生性金融商品销售的是金融机构对消费者的承诺，所以事前的核保与事后的理赔，就成了签署保险契约最重要的两大部分。

市场上，人们对于保险这样的衍生性金融商品已经非常熟悉，而保险公司在市场上的竞争也已经白热化。各大保险公司对于保险业务员拉回来的保单，只要没有明显违反规定或违法的地方，绝大多数都是以“先成交”为原则，因为在“没有收到保费之前说什么都是假的”，只有收到了保费公司才算赚到钱。接下来，保险公司要做的就是续保的工作，通常一份保单缴费期限都长达10年、20年以上，除了医疗险、意外险这类一次性的保单之外，投保人能否持续地投保很重要，可以说这是保险公司获利的保证。为了确保投保人能够持续缴费，保险公司对保单



金融界不告诉你的真相

就有了很多的设计。

例如，减额缴清。这是指万一投保人无力负担保费或是感到吃力的时候，就采取降低保障的做法减轻投保人的保费负担。

解约退费设计。对于新保单的解约行为，保险公司都有类似惩罚性的规定，一般来说，3年以内的新保单若要解约，投保人恐怕是拿回不了多少钱，如果一定要解约，那只有认赔！

购买保险中途解约会造成被保险人的损失，那么老老实实在地缴费缴到合约期满是否就没有问题了？理论上是这样，但实际上未必。因为保险公司对于理赔几乎都是从严审查，基本上是能不赔就不赔！例如，人寿险属于生命险种，只要被保险人身亡，保险公司就应该理赔。但保险公司有个不成文的规定：被保险人自杀不赔，除非被保险人自杀的时间是在保险生效两年以后才予以理赔。保险公司的理由是：道德风险！然而保险公司这种自杀不赔的不成文规定是无法律依据的。如果保险受益人要争取理赔，只有打官司了！

除了人寿险，医疗险与意外险同样都存在从严审查的问题。医疗险并不是所有的病都保，医疗险所保的病也并不是在买了医疗险后，生病进医院保险公司就一定赔。意外险的主观认定的空间就更大了，并不是非自然死亡或致残，保险公司就一定赔，保险公司必须要完全排除道德风险之后才会理赔，保险公司享有绝对的优势！

意外险最大的弊端是，如果你出了意外，该不该赔，是保险公司说了算。对于意外险，首先必须是意外造成的，但什么算意外呢，保险公司说了算。过年的时候，有不少人放鞭炮时炸伤了，好多保险公司都公开声明不给赔，理由是“你这是故意参与高危活动，不算意外”。

如果遇到保险公司发善心，同意理赔，他会问你：“你在事发当

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

天为什么没有及时通知保险公司？你的伤情有没有经保险公司认可的医师鉴定呢？你出得起鉴定费吗？你够要求的伤残等级吗……”总之，要想达到保险公司要求的伤残等级，简直要把人逼死。这就好比你眼球炸伤了，医生说，你有两种选择：一种是把眼球摘了，保险公司管赔；一种是做个修补手术能保住眼睛，但保险公司不管赔……你说，你还想不想让保险公司赔呢？

大病险就更别提了，大病险确切地说叫“25种大病险”，这25种大病也不是得了就给赔。例如，老年痴呆症，其理赔条件是“经神经科专科医师根据其临床证据及按阿尔茨海默氏病标准测试和问卷显示有明显的认知障碍而确诊，并且日常生活活动6项评估证实被保险人无能力完成3项以上”。这“无能力完成3项以上”意味着穿衣、上厕所、移动都不能自理，得到这种程度保险公司才给赔。于是，你打电话到保险公司，保险公司会问：“您还能活动吗？”“托您的福还能活动。”“先生，不好意思，您要是还能活动，我们不能给您理赔。等您动活不了了，我们才能看情况给您理赔。”看来，大病险应该叫大病末期险，如果满足了保险公司给予理赔的几项条款，那此人也命不久矣。

看病是要花钱的，得了大病，更是要花大钱。所以越来越多的人选择了购买大病保险，都希望在自己不幸得病的时候，能从保险公司获得一些帮助。人们的愿望是简单而美好的。但是，你所得的病，要符合保险条款规定的那些“大病”条件，还真是挺难的，在你有生之年能否获得理赔更是一个大大的疑问。此外，随着医疗技术的发展，有很多在保险合同上写着的治疗方式和方法已经或即将不再被医方所采用。所以在购买大病保险的时候，你不妨去咨询一下医生，看看你的期望值离保险公司的承诺到底有多远。



金融界不告诉你的真相

一般来说,医生看完保险条款里面有关大病部分的条款,也许会吃惊地对你说:“这个保险不是保大病的,而是保死的。这些条款,你要是符合了,就非死不可,不可能在活着的时候领到赔偿金……”这与消费者购买保险的初衷一点也不相符。那么,保险代理人会如何向你解释呢?他会说,你万一生了大病,看病需要很多钱,有了这份保险,你看病的钱就是保险公司为你出,你家里人就不会那么着急上火了。但现在在经过医生仔细审核这个保险后,只有人死了以后才能领到这笔钱,那么这个保险还该不该叫大病医疗保险呢?

在签单过程中,一定要仔细审核并耐心填写投保单,在投保前对于保险公司的提问应当实事求是地告之。有这样一个案例:2003年,A先生购买了一份健康保险,2008年他因为心脏手术需要理赔时,保险公司作了相关病史的调查,发现A先生1997年被确诊过患上癌症,从而作出解除合同的决定。A先生无法接受,理由是虽然自己曾患癌症但后来痊愈,这已是多年前的事了,自己觉得此事与投保没什么关系,所以签单时并未告知保险公司。其实,到底“有没有关系”这是保险公司审核投保单时来决定的,但“要不要说”却是投保人来决定的。为了避免可能的纠纷,因此要做到“知无不言,有问必答”。

在保险合同里,玩文字游戏是再自然不过的事情了。在保单上出现的每一个字都可能成为最后的“陷阱”,且看“及”和“等”字的妙用。例如,汪小姐于2004年3月花500元购买了某保险公司推出的一种保险套餐,至今续保5年。今年5月底,她在某医院做了视网膜脱落修复手术,花去3000多元。出院后,汪小姐根据所买的险种,要求保险公司理赔2500元。但保险公司却以理赔条款第119条的规定——“视网膜及玻

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

璃体手术属于赔付等级第6等”，所以投保人必须做全以上两种手术，才能享受此理赔——单是视网膜手术不赔，单是玻璃体手术也不赔，二者缺一不可。

又如，2005年年初，毛某的母亲在做一年一度的体检时，不幸查出了有早期胰腺癌症状，需要马上手术。按照之前投保的条款，如果母亲身患癌症，可以在住院的时候申请住院以及手术津贴。于是毛某找到了原来给其母办保险的代理人李某。李某听后马上表示他们会妥善处理，但“需要向总部汇报一下”。毛某只好等待，因为病情严重，医院多次催促需尽快进行手术，毛某只好一遍遍催促李某，但代理人李某始终以正在研究为借口。毛某开始觉得不大对劲，心情很乱。久等之后，忍无可忍的毛某直接找到该保险公司，一位姓张的经理接待了他，并随后表示“这种情况不能赔偿”。张经理不慌不忙地拿出了毛妈妈的保单，上面的承保范围清清楚楚地写着癌症，后面还有一个括号——“胃癌、肝癌、骨癌、咽喉癌、鼻咽癌等”。张经理解释说，“等”的意思是只包括“等”字之前的癌症，其他的就不包括了。毛某听后瞠目结舌。一直以来，他以为“等”字的含义是除了前面列举的还包括未列举的，而且当时代理人李某也承诺说，不论什么癌症都可以理赔，怎么转眼就变了？但李某坚持说，当时已经对他说明情况了。毛某只是不明白，既然“等”外概不理赔，还要个“等”字干什么？这像是个文字游戏，而且还带点脑筋急转弯的意味。一万元的保费，就成了在这场游戏中的学费。如果你有证据，你可以去打官司，但拖上一年半载也有可能判决不下来。

再看一则保险公司很“专业”的文字游戏。保险公司制订了诸如“原位癌不在恶性肿瘤的理赔之列”、“肾衰竭需双肾且不可复原”等



金融界不告诉你的真相

保险条款。能得到保险理赔的重大疾病，大都是患者宁愿选择“安乐死”，而不是要什么保险理赔，更不要被险种的名称所迷惑。“肾衰竭需双肾且不可复原”，医疗技术再发展一万年，这也是死病，活人不可能没有肾。“需双肾且不可复原”，这种概念只要存在，就是再过一万年，保险公司也是不会理赔的。

保险公司设计这些条款可谓费尽心机，以至于某个保险公司的老总也曾说过这么一句话：“身为一个保险公司的董事长，有些保险条款我都看不懂！”更让人捉摸不透的是，消费者在买保险签字之前，是看不到这条保险条款的，而只能看到投保建议书。投保建议书上全是云山雾罩，好话全说在前边。

保险公司在宣传内容上对消费者进行误导的手段有这样几种：一般是把条款字体印得特小，内容写得很玄，没几个人能真正看懂；该说的故意隐瞒不说，不该说的随意夸大；有意回避风险，违反规定承诺回报率等。另外，每个险种都有免赔责任，但这些条款太专业、太复杂，一般人根本看不懂，而保险员对这部分内容一般不主动告知。

有一段时间，某保险公司在北京街头的户外广告声称，电话直销车险五折优惠。但一位有车朋友咨询之后却反映道：“一般人享受不到这样的保险。”

为了弄清这五折保险的由来，笔者特意致电此保险公司北京财险部，最后终于知道能够享受五折待遇的客户及车型都必须符合一些条件。不单是对车型有所限制，对车的安全性能、排气量、行驶公里，甚至对客户的性别和驾龄，保险条款中都有严格的规定。

例如，这五折保险中规定，车辆准许行驶的范围只能在单程距离

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

500公里之内，超出这一范围，保险公司将不给予赔付；投保的客户，必须是在此保险公司的续保客户；投保客户连续3年没出险；驾驶员需是30岁以上40岁以下并拥有2年以上驾龄的女性。相信符合这样条件的人肯定有，不过对于广大的车主来说，那只能是可望而不可即的。

其实消费者如果能认真阅读保险条款的内容，保险公司一些变相迷惑消费者的招数是不会得逞的。不过，保险公司就是利用消费者的粗心，从中获取暴利。

有些保险公司在宣传保险的时候，还会在宣传单不明显的位置写上“省内”或“境内”，这其实是一个小圈套——这样一来，投保的车辆在本市或本省以外出险就不能获得赔付。虽然消费者能在买保险时省下一些保费，但常开车的人知道，开车去外地的概率是很大的，而且开车去外地才是最容易出险的，像小刮小蹭的要比在市内多得多，是最需要保险公司理赔的地方。

有的客户签下保单后，发现保障内容和代理人说的根本不一样，便前往保险公司投诉，工作人员往往就是一句话：“您当初自己签过的字，还投诉什么？”而当初的销售代理人也很快变脸：“有本事你去告我好了！”

事实上，签名很多都不是被保险人自己签的，而是代理人用“描红”的方式完成的。时过境迁，客户很难搞清楚自己签的是“投保书”“确认回复”，还是保单。还有不少代理人在电话回访联系方式上瞒过客户，留下自己的手机，以便在公司电话回访时“自圆其说”。即使有客户去有关部门投诉，公司不是声称代理人离职，推卸责任，就是直接和代理人挑明“人家投诉你了，你去摆平”。



金融界不告诉你的真相

由此可见，同样是认定的行为，保险公司对于核保的态度是明显从宽，但是理赔呢，是严格到滴水不漏、密不透风！

为什么会这样？理由只有一个，即保险公司要赚钱。

“推销话术”让你防不胜防

这里简单说一下什么是保险的“推销话术”。接到一个陌生的推销电话，如果你不及时拒绝，就有可能陷入推销者布下的陷阱。是什么会让你犹豫不决甚至上当呢？那就是“推销话术”。一些销售人员的“推销话术”当中或多或少带有一定的欺骗性。这类“推销话术”最常出现在保险销售、电话销售、投资理财产品销售和商场导购等领域。

一年前，来北京找工作的小赵进入一家保险公司当业务员。小赵发现，她所见到的任何一个人人都夸奖她是做保险的“人才”，大家似乎都对她恭维有加，最后连她自己也相信自己是做保险的“料子”。可是她不知道，这些已经入行的业内人士早已经是精通“推销话术”的个中高手。

上班第一天，小赵和新来的员工就接受了“洗脑”。培训“老师”说：“和客户对话时，声音一定要坚定，一定要大声。”另外，“控制客户想法，引导客户想法”也是“老师”传授的“法宝”。“老师”说：“和客户交流一定要热情、真诚，提问一定要有连贯性，不能让客户有戒心，不能让顾客以为我们想要他的钱；善于利用同姓、同乡、同龄、同属相、同命运等相同或相似的情况与客户套近乎。此外，还要多赞美客户，通过我们问、顾客答的方式，进行互动对话，逐步控

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

制谈话局面，引导顾客思路，按照我们的思路走。”

这种“话题术”在《影响力》一书中有深刻表述，其实就是利用了人性的弱点，使人在不知不觉中陷入他人的圈套。《影响力》一书总结出了六种与人沟通的说服技巧，分别是：互惠、承诺与一致、社会认同、喜好、权威以及短缺。我们要说服别人，要让人相信我们，就要遵循这些原理。

“互惠”原理认为，我们应该尽量以相同的方式来回报他人所做的一切，最经典的案例是商场里的“免费试用”。记得有一次，笔者打的下车的时候，有个乞丐主动跑过来给笔者开车门。虽然现在乞讨的人太多了，而且还很多是集团化的，骗人的，所以人们基本麻木了。但是，对于这个乞丐笔者真是无法拒绝他，因为他帮助了笔者，如果笔者不表示一下，就会心里感觉欠他的。虽然他的帮助有点强制，但是仍然让这个原理奏效。强制帮助都可以，如果是真心的去帮助别人呢，那效果就一定更好了。

“承诺与一致”原理，就是让别人做出承诺，使他不容易犹豫或者中途反悔。一次买西瓜的经历让笔者久久难忘。在一个西瓜摊上，笔者让老板给切了一小块尝尝，结果不甜！笔者就要求再换个西瓜尝尝。老板当时问了一句：“您有心买吗？”笔者当时很不爽，说：“当然诚心买了，我还能为了个西瓜到你这捣乱啊！”老板就又给笔者切了一块让笔者品尝，结果吃了之后还是觉得不怎么样，但不知道为什么并没有说什么，于是就把这个自己觉得不太甜的西瓜买走了。

“社会认同”原理指出，我们进行是非判断的标准之一就是看别人是怎么想的，尤其是当我们要决定什么是正确的行为的时候。例如，



金融界不告诉你的真相

在一些网站看到某些人对一类社会事件的评价都倾向于正面积极，随后回复的人也会倾向于正面积极，反之亦然。所以，有很多策划高手都利用这一条，如同某些广告一样铺天盖地，虽然看似低俗，倒也确实能引起很大的反响。

“喜好”原理，是指人们总是比较愿意答应自己认识和喜爱的人提出的请求，具体包括外表的吸引力、相似性、称赞、接触和合作、关联。如跟人聊天的时候，尽量按别人喜好的话题去谈论话题，别人就会认同你，也乐于提供帮助。

“权威”原理不需要多介绍，大家都应该明白，广告商喜欢请明星代言或“专家”代言就是利用的这个原理。

“短缺”原理，也好理解，大家都知道“物以稀为贵”的道理，一种本来我们没多大兴趣的东西，仅仅因为它正在迅速变得越来越难得，马上就吸引了我们。

在保险成交的过程中，遇到客户异议的地方，保险公司的业务员便会运用“话题术”。总的原则是“遇到障碍绕道走”，迅速把话题引导到双方都认同的话题，再慢慢切入正题，如此三番五次之后，绕得客户晕头转向，直到客户在懵懵懂懂中签下保单并付款。

还有一些“成功学大师”也是善于使用“话题术”的高手，再配以令人心荡神移的背景音乐，大把的钞票就会被“洗”进他们的口袋。

“话题术”虽然好使，可是如此一来，消费者自身的利益恐怕就无法获得保障！而且在善意与恶意的隐瞒界定中，涉及的可能是刑事责任的问题，不应该轻描淡写，回避或欺瞒！

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

保险业务员骗死人不偿命

一般的保险业务员在面对消费者的时候会说什么？不会说些什么？

这个问题乍听之下似乎有点像是废话，其实不是。有些话必须要在交易前说，有些话则不能在交易前说，特别是保险交易。买卖保险说穿了就是“买空卖空”，消费者花真金白银买保险公司一个未来若干年后不确定的承诺，保险业务员当然会非常注意推销的技巧，尤其是推销话术（即什么话该说，什么话不该说）的分寸必须拿捏得恰到好处，保险交易才有可能成功。

那么，保险业务员有多少是该讲的？有多少是不该讲的？又有多少是该讲而没讲的？确切地说，这因人而异，并没有一致的标准。不过，这却有个不能违反的原则，即有关保障消费者权益的部分必须言明在先，否则就有可能触犯《刑法》中的诈骗罪！很不幸，基于营利的考虑，保险公司会暗示业务员有意无意地“遗忘”或不主动告知消费者该有的权益。在保险作业的实务中，最容易引发保险公司乃至保险业务员有违法疑虑的就是“转单”。

什么叫做转单？此处，要先强调一下“保险”的定义。保险是一种承诺型契约，即金融机构向消费者销售的承诺型衍生性金融商品。这类衍生性金融商品的承诺期限分成两种：一种是短期的保险，这种保险以一次性消费的险种为主，最具代表性的是意外险、旅游平安险以及一般医疗险。由于投保的时间很短，多半都是在1年以内。还有更短



金融界不告诉你的真相

的，如旅游平安险，投保期限可能只有几天而已。这样的保险产品履行权利、义务相对比较单纯，银货两讫也比较不会有争议。另外一种则是长期险种，这种保险的缴费期限很长，动辄长达10年、20年，最具代表性的就是人寿保险。由于这种类型的保险产品履约承诺的期限很长，有的是要被保险人身故后才会理赔，所以无形中增加了履行保险契约的变量，其中“转单”就是最大的变量之一。保险公司为什么会发生转单的情况呢？

那是由于市场的情况变化而引起的。因为这种人寿保险的履约期限很长，往往在保险产品设计之初较为符合当时的市场环境，资本市场的获利率高，保险产品的预定获利率的设定值符合市场上的利率水平。但是，通常市场在几十年的发展过程中，不可能始终维持繁荣，一旦获利率下滑，保险公司很有可能面临亏损的局面。此时，保险公司就必须降低保险产品中所设定的预定获利率，因为这是保险公司承诺要给保户的利润，可是已经签约的保险契约中的预定获利率依法是不能更动的（保险公司所有推出新的保险产品，都必须经过审核通过后才能上市销售，所以保险公司不能擅自变更保险产品的内容），因此保险公司唯一的办法就只有设计出新的预定获利率低的产品，再要求业务员向原投保户游说转单。

早年某保险公司的几款少儿险产品对客户而言较为合适，但随着利率降低，该公司的“利差损”明显。于是，便有部门领导教唆代理人鼓动客户退保买其他险种，并制作了所谓下发给客户的“少儿险转保权益放弃书”。该“转保权益放弃书”以“早期少儿险在设计上存在保障不足及教育费领取不高的缺陷”为托词，劝客户进行少儿险转换，而实

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

际即为“退旧买新”。

在此公司供职的梁某就指出，早期少儿险可以在被保险人15周岁后及就读高中、大学时领取教育金，60岁以后还可以每年领取分红，直至终身，是当初销售情况很好的险种，回报率几乎可以达到8%。但现在很多客户在代理人的蒙骗下稀里糊涂地转保了，其实客户无论是在保障方面，还是在收益方面，都是完全吃亏，代理人这样的误导做法让人心寒。

问题就在这里了！有谁会愿意把高获利的保险产品转成低获利的保险产品呢？然而，这类的保险转单业务通常都能顺利进行，这又是为什么呢？保险业务员有没有连哄带骗？这只有当事人才知道。不过，有一点是肯定的：保险业务员绝对没有如实地将情况告知投保户，而投保户基于对保险业务员的信任，再加上对保险产品缺乏专业知识，就很容易被误导。如果保险业务员只为了业绩考虑，投保户的权益就很难获得保障，一旦出现问题，也许就会上法院打官司！如果保险业务员向投保户实话实说，那么转单的业务也就不用了。不过，“形势比人强”，一般保险业务员都会选择接受公司的指令，使得转单的内幕成为永远不会说的秘密。

投资型保单是精心设计的钱坑陷阱

相信绝大多数的消费者都会认为，只要是金融机构推出的衍生性金融商品就是理财工具。坦率地说，这样的概括式的认知不太能反映出真实的情况。为什么会这么说呢？金融机构设计开发出衍生性金融商品





金融界不告诉你的真相

的目的就是为了赚更多的钱，所以衍生性金融商品当然是种理财工具，只是从不同的角度观察会有截然不同的答案。

从金融机构的角度观察，不论是什么样的衍生性金融商品都是理财工具，可是从消费者的角度而言就不是这样了。有的衍生性金融商品虽然打着为消费者理财的口号，但实际上却是把消费者的财产越理越少！信用卡就是最明显的例子。消费者必须要了解：能够直接以通货作为买进卖出的标的，这种衍生性金融商品才算得上是理财工具。保险虽然是直接以通货作为交易的标的，应该可以算得上是理财工具。但由于保险的交易过程的约定时间太长，目的也不是单纯的赚钱，受益人与被保险人绝不会是同一人，所以保险不能算是理财工具。不过，现实中却有投资型保单出现。生活可以投资，财产可以投资，谋生的技能可以投资，寿命也可以投资吗？寿命会因为投资获利就多活几年吗？那是不可能的！

保险基本上属于穷人们相互倚靠扶持的制度，这一点可以从保险实务中证实。在保险市场中，实际的最大客户群是以一般的白领、蓝领工作者为主，在M型社会的结构中，这更加明显。而在金字塔尖端的富豪在需求方面是根本不需要保险的，因为他们已经够有钱的了，至于他们之中有人会买保险，多半是基于人情，或许还有一些“节税”的因素。不过，在资本日趋国际化的今天，降低甚至减免遗产税好像已经是大势所趋，届时“节税”的这个诱因消失了，有钱人买保险的比例会更低。

如果保险是种理财工具，为什么在针对全世界1000大富豪进行的致富调查中，没有一个富豪是靠保险发的财？由此可见，保险不是理财工具，而所谓投资型保单的保险产品不过是种精心设计的钱坑陷阱！

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

所有的投资型保单都会强调两部分内容：一是投资报酬率的部分，二是现金领回的部分，而且强调寿命越长，领回的现金越多。凡是保险公司推出的投资型保单，清一色地都是人寿险，因为一次性的险种，如意外险，是根本无法操作的。然而，事实上，投资型人寿保单是寿命越长赔得越多！不信吗？

算一算你就知道了。投资型保单所强调的投资报酬率就是保险产品规定的预定利率，这种保险的预定利率不是浮动的，并不会随着保险公司投资的实际获利而上下调整，而且预定利率并没有扣除通货膨胀率。一般保险公司的预定利率的设定基准是以国内三家主要商业银行1年期定存利率的平均值为参考依据。目前，国内这几年的1年期定存利率是年息2%上下，所以投资型保单的预定利率多半是以2%为基准，不过这几年国内的通货膨胀率已经超过3%以上。换言之，投资型保单的预定利率已经明显低于通货膨胀率，是“负利率”的状况！也就是这样的保单是缴一年保费就赔一年！除非预定利率是扣除了通货膨胀率以后的，问题是保险公司绝对不会做这种蠢事！

那么，是寿命越长，领回的现金越多吗？其实这话正好说反了。要能活得越短才能领得越多！此话怎讲？只要一举例就明白了。某甲向保险公司投保投资型人寿保险，契约规定缴保费期限为20年，每年年缴保费1万元，缴费期满后每年可领回1千元，活多久领多久，此外还有身故付给50万元。假设某甲的投保年龄是30岁，缴费期满后又活了30年，每年领回1千元再加上50万元的终身保障，某甲及受益人共领回53万元，扣除已经支付的20万元保费，实际领回33万元（这样的算法排除了通货膨胀率的因素）。如果某甲在保险生效后突然身故，除了没有现金



金融界不告诉你的真相

付给的部分以外，受益人可以领到50万元身故保险金，扣除某甲已经支付的第一年的1万元保费，实际领回49万元。事实上，所谓缴费期满可每年领回若干现金的规定，是标准的羊毛出在羊身上，因为在缴费期间不能领钱，那么保费的利息呢？

即使是把钱存在银行每年还有利息，所以缴费期满可领回现金其实就是保费的利息。但如果投保户在缴费期间需要用钱怎么办？一旦买了投资型保险，就被套牢了，必须每年往保险公司交钱，如果不交，保险公司就会依照其所谓的条款处罚你。

你把钱存银行如果提前取出来，只损失利息；但你要是放到了保险公司，你只有退保才可以取回来，还要支付相应的手续费，一般是你缴纳保费的10%~20%。虽然有的分红保险的现金价值会增加，但你最少也要等10年以上退保后，才能拿回你所缴纳的保费，这等于你的钱白白借给保险公司用了10年。但是业务员肯定不会告诉你要10年才能取回本金，你就是问了，他们也不会告诉你实际情况。而且分红保险多是长期的，短则一二十年，长则六七十年，即使是六七十年，你的钱也不过翻个5~6倍，而且大部分的钱是要等六七十年期满后才可以拿到。现在社会发展这么快，经过那么长的时间，谁知道将来会是什么样？如果在这六七十年中，你家有事情急需用钱该怎么办？

当然，保险公司还根据消费者的心理需求，设计出了另一套方案——可以用保单贷款的方式借给保户，利率是一般房贷利率再加上2到3个百分点，如果房贷的年利率是4%，保单贷款的年利率就是6%到7%。投保单贷款利率不管是多少，但保单贷款的钱是投保户自己的钱，投保户用自己的钱竟然付利息给保险公司，天底下哪有这样的道

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

理！请注意，不是每一种保险产品都可以做保单贷款的，但是投资型保单绝对可以。什么是一头牛剥两层皮？投资型保单就是！

保险公司强打的一定是低获利、高保费的产品

今天的保险公司已经完全不同与200年前的英国教会了，而今天的保险也不同于当时的保险。现在的保险公司已经与以营利为目的的金融机构完全一样，甚至于自己也已经成为金融机构的一部分（在2000年后，政府的财政金融主管机关就已经同意银行可以成立保险业务部门销售或代理国际的保险产品）。既然是做生意，那么销售的产品样式当然是越多越好，因为这样才可以增加生意成交的概率。

保险虽然是衍生性金融商品，可是同样具有商品多样化的特性。每一家保险公司都有着琳琅满目的保险产品，并且也都有着各自主打的险种。就像是歌手出唱片（CD）一样，一张专辑唱片也许有10首歌，但主打歌肯定只有一两首而已，事实上主打歌会直接影响到唱片的销售量。保险产品也是一样。一项畅销的保险产品直接关系到保险公司的盈亏，所以主打一两项保险产品使其成为畅销的险种，这几乎是保险公司共同会使用的经营策略。那么，什么样的保险产品会成为保险公司的主打产品？尽管每家保险公司主打的保险产品都是各自研究开发的，但不约而同地是这些都是高保费、低获利的保险产品。

什么叫做高保费、低获利？保险产品的保障费率的计算是有公式





金融界不告诉你的真相

的，但却没有一定的标准。理论上，高保障随之而来的就是高保费，因为保费的计算是以保障金额作为分母，所以才会说：保障越高，保费也就越高。但保险与其他衍生性金融商品的不同之处是，保险产品进行交易的时间很长，因此也就增加了交易的复杂性。而各式各样的交易方式的设计，有所谓的缴费期满可开始领回，或缴费期间即可开始领回，有年年领回，也有分年领回，都直接影响到保费运用时间的长短，因而关系到预定利率的设计以及保费的金额。通常，保费的运用期长，保险产品的预定利率会相对较高（有回馈投保户的用意）及保费较便宜；反之，保费运用期短，则保险产品的预定利率会较低而保费会比较贵。不过，在此要强调的是：保费运用的时间长短，与保险公司的实际获利没有必然的关系，这只是保险公司用来涨价的借口托词而已。

保险公司的这一系列举动，恰恰是“钱生钱”游戏。众所周知，现代商业的发展离不开现金流，现在是“有钱好办事”的年代。搞资本运作，可以在短短几年的时间内就聚集起一般办实业数十年才能累积起来的财富。

保险公司极会揣摩消费者的心态。大多数的消费者在购买保险时虽然都知道买的是保险，可是打心眼里指望“自己”能用得到保险金。基于消费者的这种心态，保险公司就顺应消费者的需求，大量推出现金领回的保险产品，也就是低获利、高保费的保险产品。这种类型的保险产品问世以后，保险产品在保险方面的用意已经越来越淡薄了，取而代之的是投资获利的概念。殊不知，这类保险产品投资获利保障的是保险公司，因为高保费可是保险公司实实在在的收入，而且还有保费投资的获利，所以当然会是保险公司的最爱！至于投保户的利益呢，低获利就

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

是分给投保户的“一杯羹”。这真的是保险公司吃肉，消费者喝汤！而且保险公司吃的肉还是消费者买的。

纯保险永远是保险公司的获利保证

投资型保单虽然是保险公司主打的热销商品，却不是保险公司赚钱最多的保险商品，保险公司最会赚钱的永远是纯保险商品。原因其实很简单：投资型保险商品搏的是“投资报酬率”，但纯保险商品搏的却是“或然率”。此话怎讲？虽然保险公司的理财专员很专业，不过既然“投资报酬率”要搏才能得到，那就意味着不是必然赚钱的，若是运气不好遇上了股灾，就算是股神也得认赔！

2007年，由于美国次级房贷风暴所引发的全世界股灾，使全世界大型的知名投资公司如美林证券、高盛、摩根·史坦利、花旗银行等，都中箭落马，而蒙受损失的保险公司更是不胜枚举。可是搏“或然率”就不同了。因为计算报酬率是概率的问题，但“或然率”则是非概率的问题；搏“或然率”是在搏一种可能性——“或然”两个字的意义就是“可能”，所以“或然率”根本无从计算。所谓搏“或然率”，说穿了就是“碰运气”而已！最具代表性的纯保险商品就是意外险。

保险公司的经理人绝对知道搏“或然率”的胜算基础在哪里，他们搏的不是不会发生的或然率，而是会发生的可能性。这样的搏法基本上是稳赢不输的，原因就在于保险公司搏的重点在于“输”而不是“赢”，所以一切纯保险商品的内容设计与理赔规定，完全是按照保险公司所搏的重点为依据规划的。这有点像“独孤求败”的剑招，因为保



金融界不告诉你的真相

险公司旨在求败，所以招招凶险！也因为保险公司的招数狠辣，终致所向无敌！搏“输”不搏“赢”的做法，不怕发生而就怕不发生的态度，真正应了“撑死胆大的，饿死胆小的”那句老话，成功地让保险公司赚进了大把的钞票。

举例来说，假如国内每年有几百万人次进出国门，购买旅游平安险就成了国人出国时必要的消费。平均一般旅游平安险的基本消费额约为每人500元，如果以1年500万人次的数字计算，每年国内单就旅游平安险这项保险商品的消费市场就高达25亿元的规模。这个数字绝对是最底限的，这也就解释了为什么在机场的出境大厅里会出现保险公司的营业柜台与航空公司的营业柜台相差无几的现象。这里所提到的25亿元的数字，是指消费者每年向保险公司购买旅游平安险的金额。那么保险公司每年理赔旅游平安险的金额有多少呢？

即使不是“零”，恐怕也是少之又少！会造成这样的情况的原因有以下两点。

一是旅游平安险产品的设计重点是放在乘坐车、船、飞机时的安全，其他的旅游事项通常不在保险的范围。如果要列入保险的范围，保险公司会要求加价。而乘坐车、船、飞机旅游，基本上是很安全的，重大车祸、海难甚至空难虽然时有发生，但频率并不高。如果以全世界为统计范围，一年内有可能会发生几十甚至上百次重大的交通事故；若是以国内为范围计算，很可能数年内也不会发生几十次极其重大的交通事故。所以，因为旅游安全事故而进行理赔的金额非常低。

二是申请旅游安全理赔的手续繁杂。消费者是要负担举证责任的，但是通常消费者在旅游途中发生了事故，往往忙于应付解决事故，

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

而完全不记得或根本不知道还要进行搜证。如果没有保留事故证据，是很难向保险公司申请理赔的！保险公司不会相信消费者的一面之词，除非旅游事故严重到上了新闻版面，否则就算是打官司，消费者往往也要不到一毛钱！保险公司所坚持的只有一个原则：防范道德风险！

如果碰上了旅游事故，消费者心里肯定很闹心，如果再看到保险公司这种动辄猜防的态度，真的会被“气炸了”！因此，如果损失金额不是太大，消费者一般就是耸耸肩认赔而不再申请了，这也是国内旅游事故理赔金额偏低的一个重要原因。

对于购买团体保险的客户，由于对保险内容缺乏了解，使这种投保往往无法得到保障。现在，一些企业的员工自发组织起来，以企业的名义购买团险。由于团体保险承保条件较严格，消费者只有满足特定条件后才能获得理赔。

团险被业内人士比喻为保险中的批发产品。与个险相比，团险具有以下优势：一是费率低；二是投保方式灵活，团险投保在体检、投保年龄等方面都比较宽松，而且在承保期间，投保企业可以随时增减被保险人；三是产品倾向于“自助”，即客户可以根据自己的要求选择产品和服务。团体保险在投保时不要求团体成员提交可保证明，但为了保证承保质量和保险公司的财务稳定，团体保险的承保有严格的要求。

团体保险的投保者必须是正式的法人组织，有特定的业务活动，独立核算。如果投保团体是为了投保团体保险这一特定目的而建立的，则团体成员中健康状况不好的人所占比例会很高，即逆选择风险较大，保险公司的赔付风险会大幅增加。因此，投保人自己为购买某款保险而组建的团体，一般不会获得保险公司的保障，即使获得了，保险公司在



金融界不告诉你的真相

理赔时也会以此为借口拒绝赔偿。

所以，个人消费者不能轻信部分保险代理人的意见，自己组团购买团体保险，以免在理赔时遭遇麻烦。

曾有这样一个真实的案例：

伍某听说10人以上团购保险能得到10%的优惠，于是便和单位十多个同事一起找到一家寿险公司，希望能在这里团购保险。保险代理人热情地接待了伍先生，并非常迅速地为伍先生等人办理了寿险合同。拿到合同的伍先生欣喜万分，因为团购的价格比实际价格低了15%。伍先生和朋友外出游玩，不幸发生了车祸，伍先生受了轻伤。当伍先生在医院通知保险公司索赔时，保险公司却以伍先生购买的是意外伤害险而非意外医疗险为由，只对伍先生的轻伤给予一定赔付，而拒绝支付伍先生的医疗费用。

由于意外险赔付率相当低，因此部分保险公司的分支机构在出单时并不按照总公司的规定统一出单，而是自己造虚假保单，用同一个保单号发出多份保单，然后将其所形成的保费截留为分公司的小金库。如果消费者发生意外事故，则争取将保单录入系统，由总公司负责赔偿；如录入失败，则由分公司从自己的小金库中支取赔偿金。

这种做法不但对保险公司形成了恶劣影响，更会对投保人的利益造成威胁。一旦发生事故，在索赔时消费者也可能会遭遇许多麻烦，使保险失去意义。因此，消费者投保意外险时应选择大公司，如果选择中小公司，则一定要到正规网点购买，以免日后理赔时遭遇麻烦。

一个小小的意外保险也有如此多的“猫腻”，那么其他复杂的险种，对于普通大众来说，更难以获得全面的了解。那这些保单又是如何

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

销售出去的呢？

保险公司通常是以“夹带”的方式进行销售纯保险商品。试想消费者在计划出国旅游的时候，几万元的车、船、机票钱与饭店住宿费都花了，还会在乎多花几百元买旅游平安保险吗？

没有人会拒绝平安的，这与没有人会拒绝健康是一样的。医疗险是纯保险商品的另一种典型。事实上，在国际保险市场上，纯保险商品（医疗险、意外险等）才是保险公司销售的主力商品，但在国内纯保险商品却成了附属商品，只能在销售理财型保险商品时“夹带”销售医疗险、意外险等纯保险商品。保险业务员对销售纯保险商品通常也是兴趣缺乏，因为佣金太低。不过，保险公司却乐此不疲，因为销售纯保险商品是稳赚不赔的，纯保险商品的单位价格虽然低，但是销售数量很大，完全符合保险公司获利的“大数法则”——就像是金融机构收规费那样，单项规费的金额虽然不高，可是项目多、业务量大，于是充分发挥了“聚沙成塔”的效应，从而使得规费收入成为金融机构主要的收入来源。

保险是基于信赖原则，但轻信业务员不可取

为什么说保险商品是典型的衍生性金融商品？保险是标准的无实体商品，买卖保险只是在进行一种契约交易，虽然这样的契约交易得到了政府的法律授权，可能否成功地完成一次保险商品的交易（包括完成保险理赔），靠的不是法律授权而是信赖原则。信赖原则在保险商品的交易行为中，是一种不能被破坏的至高无上的准则！失去了信赖原则的



金融界不告诉你的真相

保险商品交易非但毫无意义，而且还会演变成一种诈骗行为！

保险商品交易的信赖原则，表现在保险商品的本身以及保险业务员的身上。保险是什么？保险就是一种承诺，就像是一对情侣在结婚以前，男人向女人承诺一生一世都会爱她，会照顾她一辈子，但口说无凭所以要以婚姻的契约进行约定，而婚姻契约是受到法律保护的。保险就是一群陌生人向另一群陌生人通过金钱的交付而形成的承诺，这样的承诺必须以契约的形式表现出来，而契约的内容则会清楚明白地规范出订约双方所应该负担的权利义务，这些契约规范都有法律授权书，这就是保险商品交易的第一项信赖原则。这个部分的保险商品交易毋庸置疑。不过，俗话说：“徒法不足以自行。”再好的法律契约还是要靠人来执行。法律契约如何被执行呢？被执行以后是否会走样？这就是关乎保险商品交易能否成功的第二项信赖原则。

理论上，契约怎么规定，业务员就怎么卖。但在实际操作中，可就不是这么简单了。保险业务员是各有各的销售技巧，保险公司给保险业务员下达的指标是：“卖掉保险”，而不是向保险客户“解释保险”。在保险公司业绩要求的压力下，该怎么卖保险，成为保险业务员最大的问题。

如果保险商品真的是这么好卖，那些保险业务员也就不会承担巨大的销售压力了！了解保险发展历史的人都知道，今天的保险已经不是200年前英国教會的保险，那时候的保险是教友之间的一种互助的约定，而今天的保险只是资本市场上的一种衍生性金融商品，保险的动机与目的都不可同日而语。既然保险已经变成了商品，当然就是以营利为目的，而保险业务员当然要维护保险公司的利益，而不会是投保户的利益。

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

投保户在面对保险业务员的时候，一般而言很难从保险业务员身上充分了解保险商品的契约内容，事实上在技术上也很难做到，因为保险商品是种非常专业的精算结果，不要说一般的投保户无从了解其，就算是保险业务员也未必见得能全盘弄得明白！

举个例子，办理学生保险，保险规定最高理赔6万，因疾病住院的赔付比例是1万元以下赔付50%，2万以下赔付60%，3万70%，4万80%，5万以上90%。这个时候你一定认为，如果住院花了1万就要赔5000，2万就要赔12000，3万就要赔21000，4万就要赔32000，5万就要赔45000。但实际上却不是这么计算的。他们计算的方法笔者举例说明：如果某人生病花了5万，那么按照规定，赔付计算公式是 $1万 \times 50\% + 2万 \times 60\% + 2万 \times 70\% = 31000$ 。大家看懂了没有，按照常规，你会这样去做理解吗？

我们不是做保险的专业人员，所以就只能接受保险业务员以“听得懂”的语言销售保险。这一下问题就大了，谁也不知道保险业务员说的与保险契约上写的一样不一样？是否有落差？落差有多大？更重要的是，如果发生保险交易争议的时候，是以保险业务员的销售话语为判决依据，还是毫无参考价值？这其间的每一项因素都会直接影响甚至伤害到投保户的权益，该如何做才能避免呢？做法其实有很多，不厌其烦地做专业咨询，或是货比三家不吃亏。在国内，消费者买保险往往碍于亲戚朋友的情面，所以权益经常受损，只要把买保险当成一般的商品交易就可以了。无论是什么做法，都不要轻易相信保险业务员所说的，不管保险业务员是你的什么人？因为保险公司在履行保险契约的时候是不会讲任何情面的。



金融界不告诉你的真相

保险公司采取分区责任制，任何业务单位的口头承诺都不可靠

保险公司的行业属性是金融服务业，绝对不是什么慈善机构，但是保险公司这个名称经常会给人一种济困扶危的感觉，对外也会打上“济世”的旗号，好像保险公司是什么慈善团体似的。如果消费者对保险公司有这样的感觉，若不是错觉，那就是太天真、太无知了！

例如，当社会上发生重大变故，需要社会人士发挥救助、支援的精神时，第一批慷慨解囊的一定是个人，等到形成风潮之后跟进的会是企业界，尤其是与零售有关的行业，不过他们会借此机会打广告以宣传自己的企业——对于企业界而言，不存在行善不行善的问题，企业界只关心是否对其营利有帮助。而以钞票作为交易商品的金融机构就不太可能做出捐赠的行为，因为慈善行为不会为金融机构带来更多的商机。而且在社会出现重大变故时，经常是保险公司需要支付大量理赔金的时刻，所以更不能指望保险公司会捐赠！

保险公司是不会牺牲一点点的利润去做与获利无关的任何事。这就是为什么保险公司的社会形象始终不是太正面的重要原因之一。尽管保险公司一直都在打形象广告，并且保险还以关怀生命、救赎与补偿遗憾为出发点，可是保险公司却经常给人冷酷无情、唯利是图的感觉。

消费者最好不要从人道关怀的角度来衡量保险公司的所作所为，否则是会失真的。就把保险公司当成金融机构，并且不要对其抱有任何

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

幻想。为了能够确保自身的权益，消费者一定要弄清楚保险公司的组织结构。保险公司的组织结构非常庞大而且复杂，一般人是不能了解的。

例如，保险公司的营运主轴是强调“业务挂帅”，业务部门的分支机构往往非常庞大而且互不隶属。消费者在与保险公司进行任何契约交易时，所接触到的都是业务部门的人员，不论保险业务人员的头衔是经理、助理、主任，还是专员，保险公司都不会发给他们薪资，业务员的所得完全是来自于契约提成。只要保险交易成功，就可以按照公司所规定的比例拿到提成。保险业务员与保险公司并不是一般的雇佣关系，而是有点像承包的合作关系但又不全然如此，又像是保险经纪公司本身虽然没有任何保险商品，却可以与所有的保险公司签约代销所有的保险商品。这样的雇佣销售的关系对消费者而言是很复杂的，但是这样的复杂形式很容易影响到消费者的权益。

现在，保险行业的利润有多大是一个谁也说不清的话题。成本有多高，赔付率、出险率是多少，都成了保险公司的商业秘密。在这种情况下，保险公司开出的高额保费，消费者只有糊里糊涂地埋单，想要买得明白是不可能的。

保险运营成本庞大，实际上是商业险投保人在为公司埋单。商业险赔付率低，投资性险周期长，不管怎么算保险公司都赚！什么是赔付率呢？每一个险种的设计，保险公司会依据某种特定方法或模型，设计一个赔付率。按照统计学中的概率理论，只要样本足够大，最后各种可能性的出现会趋向一致。以这个理论为依据，在一个险种的投保人足够多的条件下，一个险种的出险概率也会是恒定的。在赔付率设计上，就是先按照出险率算出出险案例，然后以“出险案例×平均赔付额/总保



金融界不告诉你的真相

费收入”，来算出赔付率。有关部门统计，交强险运行一年，保费的简单赔付率为5.45%！换言之，保费的94%都是保险公司的纯利润！还不包括这一年中资本运营的利润！而国外各保险公司的赔付率达到95%甚至是100%！有人可能要问了，那国外的保险公司把保费都赔光了，靠什么赚钱呢？问得好！人家赚的是时间差，因为从投保到出险会有一个过程，人家就在这个过程中用你的保费做投资，把他的费用和利润赚出来了，这就是所谓的资本运营！

在时下国内的保险市场，运作不太规范，业务员都是围绕保费收入来展开工作的，在某些保险项目上可获得从保费收入中计提的高达20%~30%的“佣金”。试想一下，消费者的保险理赔费用也是从保险公司所收取的保费中支付的，保险公司的赢利空间肯定要在20%~30%以上。

退一步来说，保险产品和物质产品不一样，其价格即使在一定比例上低于成本，对于资金雄厚的公司来说，也是没有关系的。保险有两个支撑点：一个是承保，一个是投资。国外70%的财险公司承保业务是亏损的，但公司整体又是赢利的，这说明其产品是销售价格低于成本，其赢利来自于投资。

李某所在的社团办理了5万多人的团体险，其众多的人数，吸引了各家保险公司的眼球。保险公司为这一社团量身定做了一个险种，每人每年只需交费20多元，就可以享受到最高额7000多元的保障。对此，李某说：“同样一个意外伤害险，60岁的人只需付20多元保费。而在保障效果相同的前提下，商业保险中的个险通常需要120多元。你说，保险市场的利润有多大？”

对此，保险公司的人可能会说，团体险比个人投保省略了中间环

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

节，不需要支付代理中介费，管理难度也小。但是中介费，也即“佣金”，竟然可以达到保费收入的4~5倍？如果是这样，消费者的保费大概全都用在了与投保无关的费用上了，羊毛出在羊身上，那么消费者在保险理赔时又如何能得到保障呢？从整个系统来看，实际上保险公司用于保险理赔的费用还占不到保费收入的1/5甚至1/6。如果是这样，消费者的利益如何得到保障？消费者岂不成了十足的冤大头？

这么高的保险利润，在遇到退保时，所有的风险又转嫁到了投保人的头上。例如，有的保险佣金最高可以拿到保费的50%。客户去保险公司投诉，保险公司处理的结果是退保，被保险公司扣去的金额是客户和业务员每人各付50%，这样的处理结果就是一分钱未退，业务员也没有损失。这样处理的理由是，客户也要负一定的责任，没有看清合同。保险合同如天书，有几人能看懂呢？在保险公司的字典里没有“欺诈”，只有“误导”。

因此，在投保前要记得查看现金价值表，明确保单值多少钱。一些人身保险单都有一个叫做“现金价值”的概念，这意味着在某个时间点，投保人如果需要让保单变现时，它能“变出”多少来。现金价值以下面三种情形作为依据，即合同解约时按照现金价值领钱、保单贷款时允许贷款的最高额度以现金价值为计算依据，以及保单分红时以现金价值为计算依据。

此外，许多保险产品都设定有“犹豫期”，犹豫期的期限是消费者收到并书面签收保险单起10天之内。假如这当中并没有发生保险金给付，投保人可以无条件要求解除保险合同，保险公司将在扣除一定工本费后，无息退还投保人已经交纳的保险费。

需要特别注意的是，过了犹豫期，投保人如要“退货”，就进入



金融界不告诉你的真相

常规退保流程，只能获得保单现金价值。在保险期限的前期，现金价值往往少于投保人所交纳的保险费，所以犹豫期过后的退保将造成一定程度的经济损失。

就是由于保险业务员的所得完全来自于保险的交易，所以交易能否成功直接关系到保险业务员的收入，因此让保险交易能够顺利完成，就成了保险业务员唯一关心的。为了让交易能够成功，保险业务员往往使出浑身解数。

然而，保险公司却视之为销售技巧的“个人行为”，对此保险公司是不会承认的，当然也会极力逃避在发生任何交易纠纷之后所要承担的法律责任！就是因为保险公司认定这是保险业务员的“个人行为”，因此消费者在购买保险商品时，对于作为业务单位的保险公司，其任何口头承诺都要做到充耳不闻，因为那些都不算数，一定要以保险公司的白纸黑字为准。

发生保险纠纷时，要维权到底

消费者在进行消费行为的时候，发生消费纠纷的事时有发生。坦率地说，这实在没什么好大惊小怪的。

在市场经济发展的历史中，消费行为日臻成熟，产品的生产厂商为了与消费者保持良好的互动关系，一般对于销售出的商品都有进行售后服务的相关规定，而对于有瑕疵的商品也都会无条件地退换，政府也制定出相关的消费者保护法。尤其是在电视购物的消费行为出现后，生产厂商还推出了所谓“试用期”——无论商品的本身是否有瑕疵，只要



第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

是在“试用期”限之内，消费者可以不需要说明任何理由而要求退货，对消费者算是非常尊重！而以目前发生的一般商品交易纠纷来看，几乎都不需要使用到法律工具，除了极少数带有诈骗性质的消费纠纷以外，都可以得到圆满的解决。这反映出制造厂商与消费者在市场上的地位是平等的，似乎没有哪一方是强势、哪一方是弱势之分。

然而，金融商品的交易实际上却存在着明显的不平等，特别是衍生性金融商品的交易更为严重！而保险商品就是衍生性金融商品的典型代表。由于衍生性金融商品的专业知识技术的含量太高，一般的消费者大多是一知半解，甚至于是一无所知！并且在一般商品交易时，消费者所享有的售后服务、保固期、退换货、试用期等许多的消费权利，在衍生性金融商品的交易中全都没有。在购买保险商品时，只要是消费者在保险商品的契约上签了字，一切就这么确定了，消费者若是想做任何单方的改变，那都是不可能的！

那么，保险商品的交易是否万无一失？我们经常在电视新闻中看到有关保险纠纷的报道。能够上电视新闻的保险纠纷，通常都是影响比较大、事态比较严重的，也就是所说的“重大消费纠纷”。而那些不算大也不算小的保险纠纷究竟还有多少呢？

保险商品的交易形式不同于一般的商品交易。

第一，保险商品属于无实体商品，其交易是一种典型的契约交易。这样的交易当然是大大增加了交易的复杂度。首先，要完全了解保险商品的契约内容，这就不是一件容易做到的事。其次，保险商品交易必须通过保险业务员的间接交易，交易的过程中存在着风险，消费者交了保险费之后与拿到保险契约有段时间的落差。再次，保险商品交易为增加交易的便利性，经常存在授权交易的行为，如授权刷信用卡等，这



些都属于不安全的交易行为。

第二，保险商品的交易属于“不完全交易”。俗话所说的“银货两讫”，意思是“一手交钱、一手交货，两不相欠”，但是保险商品交易可不存在“银货两讫”的概念。消费者在签下了购买保险商品契约之后，保险商品交易才算正式开始，一直要到保险公司完成了理赔程序，保险交易才算是完成。那么，保险商品交易从开始到完成要多久时间呢？短的也许几天（如旅游平安险），长的恐怕要几十年（如终身寿险）。

这么复杂而冗长的交易过程，不发生交易纠纷都很奇怪！这也正是为什么保险商品交易是所有衍生性金融商品交易中纠纷最多的一个很重要的原因！

保险商品交易的纠纷根本无法避免，问题是纠纷会出现在哪里呢？消费者该如何应对？保险的交易纠纷经常出现在保险业务员身上以及保险公司理赔之前；发生在保险业务员身上的交易纠纷，本节暂不讨论，后有专文分析。由于几乎所有的保险交易纠纷都与理赔有关，而保险公司是营利机构不是慈善单位，理赔关系到保险公司的获利，所以对于理赔的审查不但是慎之又慎，甚至到了吹毛求疵的程度！

对于保险公司该理赔多少，这是有契约明文规定的，一毛钱都改变不了。可是对于该不该理赔或可不可以不理赔的问题，由于理赔与否是要经过保险公司的专业调查及认定的，因此在这一问题上，保险公司明显存在着拖延、耍赖、能不赔就不赔的心理！至少保险公司在理赔时，绝对不会存在像是核保时那种“差不多就得了”的思想。举例来说，最容易发生理赔纠纷的保险商品就是意外险，意外险理赔的调查除了调查造成意外的原因，还有当事人是否有动机。造成意外的原因，保

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

险公司可以根据医院的医疗记录与警察局的调查等客观资料，比较不会有争议。但判断当事人是否有动机，这却是一种绝对主观的判断。说是保险公司的臆测也不为过，一旦保险公司认为当事人有某种动机的可能，就可以据此做出不予理赔的决定，而让保险公司会这么做的唯一理由就是：防范道德风险。

根据某新闻报道，某位先生向保险公司投保了200万的意外险，后来这位先生在工厂做工时手臂不慎被机器绞断，在经过送医治疗后向保险公司提出理赔申请。保险公司调查后认为当事人投保金额过高，而且投保时间与意外时间只相隔几个月，时间差太小，当事人“明显”有意图诈领保险金的动机，所以做出了不予理赔的决定。最后，保险公司被这位投保人一状告上了法院。

保险公司之所以敢这么以“自由心证”的方式高调维护“防范道德风险”，无非是吃定了消费者对于维护自己的保险权益是有心无力。即使碰上个“纠缠到底”的“厉害人物”控告保险公司，然而诉讼程序一进行就要好几年，保险公司有得是人力、物力，并有充分的能力应付官司，就算到最后保险公司输掉官司必须依约理赔时，保险公司仍然赚到了理赔金几年的利息及投资所得。反观消费者，面对冗长的诉讼程序，经常是被弄得身心疲惫！

尽管如此，消费者在遭遇到理赔纠纷时，仍然要“纠缠到底”，理由有二。

第一，保险公司在理赔调查时“自由心证”的空间太大，如果消费者不懂得据理力争，除了经济上的损失之外，还要背负“道德的谴责”。因为保险公司是基于“防范道德风险”而拒绝理赔的，所以既然保险公司“对了”，那就是消费者“错了”。



金融界不告诉你的真相

第二，保险公司在诉讼上没有优于法律的解释权，他们对于法律的见解未必会得到法院的支持。只要是发生纠纷，无论大小，消费者都不可轻言放弃，要维权到底！

保险的观念要正确，保险是买保障不是买发财

如果有位保险业务员告诉你：“保险商品是种投资理财工具。”不要怀疑他在骗人——理财型保险商品确实有投资理财的功能设计，无论是在国内还是国际的资本市场上，保险商品都被认为是种投资理财的工具。不过，投资理财工具也分为积极型与保守型两种，而保险商品与银行定存商品、政府公债等都被视为保守型投资理财工具。保险毕竟是有历史的传承，而保险商品的设计也是以“保障”作为商品设计的目的，因此所谓的理财也仅仅是附属的功能，甚至是聊备一格，让保险业务员好卖保险而已。

决定商品各种价值的是市场上的多样化需求，而不是商品本身的目的。保险商品的“保障”功能被保险商品的其他附属功能所取代，其实是来自于消费者的选择，保险公司则是配合消费者的需求而被动设计的。

消费者自己必须清楚地认识到任何保险商品都是以保障为目的，若是硬要当成投资理财的工具，也只能把保险商品当成保守型理财工具，千万不能指望低风险的保险商品，同时又具有连动债、私募基金等投资理财工具的高获利特性，这是不可能的。高获利一定会伴随高风险，这是投资理财最基本的常识。可是这么浅显的道理却经常被消费者

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

忽视，消费者反而向保险公司提出一些奇奇怪怪的要求。近年来，国内的保险市场出现了很多所谓的“投资型保险商品”，设计的内容就是“保障”结合“基金投资”所形成的综合型保险商品。看似兼具多用途、多功能的投资理财工具，既有保险商品低风险有保障的特性，同时又有基金投资的高获利功能，这种“投资型保险商品”可以说是划时代的产品，势必带来资本市场上新的投资理财革命。而设计出“投资型保险商品”的人肯定是个天才！情况的发展真的会是这样吗？正所谓“画虎不成反为狗也”。为了满足消费者的不合理的需求，保险公司也就只能东拼西凑搞出了这么一个“四不像”，如果单纯只是个“四不像”也就罢了，但是这个“四不像”是保险，却是保障最少的保险，是基金，却是投资效益最低的基金，组合的结果就成了最差的保险商品！因为保险与基金是两种投资理财，截然相反的衍生性金融商品，但设计人员硬是要把保险与基金组合在一起，就成了这样不伦不类的“四不像”！

消费者只有保险观念正确，才不会错把“冯京”当“马凉”，不会买保险花了很多冤枉钱！所谓“保险、保险”就只是种保障而已，与中国的老话“囤粮防饥饿”是相同的意思。消费者有“囤粮防饥”的意识当然很好，可是想象着储存在仓库里的小麦、稻谷等作物，能够自己生出更多的小麦与稻谷来，这不是有点痴人说梦吗？

每一个消费者对于保障的需求大小不一样，但都可以计算出来。随着年龄与阅历的增长，对于保险的需求当然要做弹性的改变，这是可以计算出来的，不过这一切都要以保障的角度做唯一的出发点。

消费者必须要清楚明白买保险可以买到保障，因为那是消费者自己的钱。但买保险绝对买不到“发财”，因为保险商品的设计是不会侵犯（赚取）别人的财富。当然，保险商品确有获利的功能，并且被视为





金融界不告诉你的真相

保守型投资理财工具。原因有二，如下。

第一，保险商品属于长期交易，保险契约中有预定利率的设计，所谓的预定利率就是保险公司承诺每年要给投保户的利润（红利），也许利率并不高，但还是有。

第二，根据国内相关税法的规定：个人的保险商品所得是免税的，所以很多消费者就利用保险商品作为赠与、遗产等避税理财的工具，把要给予子女的财产用保险商品的形式转移给子女。

保障资产所保障的并不是资产本身而是费用

保险是什么都能保吗？理论上是只要是能投保的就都可以理赔，只要在保险契约中载明签约双方的权利义务即可。例如，传言，前香港明星叶子媚就曾经为她那对傲人的乳房投保意外险。如果她的乳房在保险期间出现问题——受伤或病变（如乳癌）等，保险公司就必须理赔。事实上，消费者为身体的器官、四肢投保时有所闻，类似叶子媚为双乳投保的事，美国好莱坞的明星们也有人做过。在保险市场上，没有什么是不能保的，只要消费者认为有价值，并且愿意掏钱交保费即可。

通过叶子媚为她的乳房投保的保险案例，不难看出保险公司选择产物保险的被保险物时的原则，强调的是唯一性与独特性。丰满的乳房是叶子媚的特色，具有独特性，所以有保险公司会接受叶子媚为自己的乳房投保。但一般的女人想要为自己的乳房买保险，考虑到“防范道德风险”，恐怕不会有保险公司接受。

虽然保险公司在承保产物保险时，对于被保险物有筛选、拒绝的

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

权力，然而保险公司一旦接受了产物保险之后，被保险物的价值就不是由保险公司说了算的。除了参考被保险物的市场行情之外，如房屋火灾，还要考虑消费者（投保人）的主观意愿——如果被保险物具有强烈的唯一性与独特性，根本没有市场行情可以参考，那么消费者的主观意愿就成了唯一的标准。比如古董的保险，保险的价值都是由投保人决定的。

不过，在产物保险之中，凸显保险价值的不是被保险物的本身，而是保费，这是保险公司的生意技巧。只要被保险物有一定的市场价值，可以消除保险公司“防范道德风险”的顾虑，基本上保险公司是不会拒绝投保人高估被保险物的价值。因为被保险物的保险价值越高，投保人要缴的保费就越高，保险公司就能轻松赚钱！

更何况高估保险价值也是某种行业的市场炒作的手段。例如，拍卖行业，像国际知名的古董及艺术品拍卖公司佳士得、苏富比，每次在进行年度拍卖会活动时，都会为即将拍卖的艺术品及古董投保高额的保险，这么做无非是要拉抬拍卖物品的价值，以求能够拍卖出一个好价钱。至于高额保险的保费，当然算入拍卖品的起拍价中，最后再转嫁到最终的收藏家身上。这是市场上的一种营销策略，也是保险公司的高价值、高保费的阴谋。

买保险时什么都能赔，最后其实很多不能赔

为什么保险业务员在市场上经常给人信用度不高、责任感不够或者只想捞一票的感觉？那是因为保险业务员的专业能力不足。那么，保





金融界不告诉你的真相

险业务员的专业能力为什么会不足呢？究其原因，主要有以下两点。

第一，保险公司与保险业务员之间特殊的雇佣关系，对于新晋的保险业务员，不但没有任何业务上的支持，所有的业务开支全得靠自己，工作上没有任何保障，基本上就是“放牛吃草”。而资深的保险业务员（拥有经理、主任等头衔）的情况会好一点，他们有自己的办公桌、办公室，执行业务时也比较能获得公司的支援，也有一些最基本的工作保障。除此之外，其他经济收入还是得靠自己。无论是资历深的，还是资历浅的，只要拉不到保险就相当于完成不了工作指标，而没有业绩，就没有收入。面对这样的工作形势，保险业务员不铆足了劲想方设法地赚钱，还能怎么办呢？这当然会让保险业务员给人留下现实市侩的印象！

第二，保险商品的专业化程度很高，那是经过精算过程而设计出来的，没有相当的专业知识根本无从了解。对于保险商品的了解程度做个比较，如果以距离来形容，一般消费者是站在百步之外看保险商品，而绝大多数的保险业务员则是在五十步以外，距离虽然是近一点，但实质却是一样的——都不懂！

问题来了：保险业务员不懂得保险商品，怎么卖？消费者不懂得保险商品，怎么买？在资本市场上，投资人有做“多头”的，有做“空头”的，有实打实的交易，也有买空卖空，但都没有像保险交易这样——卖保险的不知道卖的是什么，买保险的也不知道买的是什么，买卖双方只知道是保险。这很有趣吧！

偌大的保险市场每年的交易总额很高，竟然买的和卖的都只是保险概念与子虚乌有的保险商品而已！是笑话吗？每年，在国际各个知名汽车展的现场，都会展出几辆设计新颖的所谓“概念车”，车厂往往借

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

车展的机会介绍其前卫概念。而在保险市场上，“保险概念”是唯一销售的商品。怎么样？够前卫吧！

这就难怪为什么保险交易的纠纷会时常发生，又为什么保险纠纷大多出现在交易的环节（少部分出现在理赔阶段）。如果买卖的只是保险概念，那么在认知方面肯定会有落差，这也不能全部归咎于保险业务员。

举例来说，自杀，保险公司理赔吗？

站在消费者的立场上，既然已经买了保险，出了事就要理赔。但保险公司可不会这么认为——自杀医疗险肯定是不理赔的，因为医疗险的给付是要有医疗过程的，而且被保险人也要罹患保险契约中所规定的疾病而身故才能获得保险公司理赔，否则免谈。

自杀，人寿险会赔，因为人寿保险的商品设计就是以被保险人身故为契约终止，而并不管被保险人是怎么死的。最有争议的就是意外险。对于自杀，意外险通常是不会予以理赔的。所谓意外险的理赔认定，保险公司不仅要看被保险人是不是意外死亡，还要看是不是“非自愿死亡”。这里的“意外”，不是通常人们所能理解的“意外”，而是要绝对符合保险契约规定的“意外”原则的“意外”。

一般医学及法律对于死亡的定义是：只要是非自然死亡（含病故）都属于意外死亡。这里包括了刑事凶杀案件在内，但保险公司对于意外死亡却不是这么从宽认定。他们把非自然死亡的认定标准改成了“非自愿死亡”。这样一来，被保险人的死法就成了被认定他或她究竟是不是意外死亡的重点了，而自杀显然不是“非自愿死亡”，所以当然不予理赔。那么他杀呢？那要看有无道德风险而定，对于这一类被保险人遭他杀的意外险理赔案件，保险公司通常是以司法调查的结果作为是



金融界不告诉你的真相

否理赔的依据。有关保险理赔的问题，保险业务员未必能够解释说明，以致发生保险纠纷。

一切都要以白纸黑字为准

据保守估计，至少有20%的保险业务员是在欺骗客户。绝大多数的保险纠纷都发生在交易的过程，也就是发生在保险业务员身上。这不仅仅是因为保险业务员的“无心之失”，而且经常是由于他们的“有心之过”！

保险业务员的“有心之过”，做法不外乎故意误导、冒贷、假交易等。“故意误导”是保险业务员经常采用的，可以说几乎所有的保险业务员都有意无意地、主动被动地用过，特别是被保险公司的高层施压后。故意误导被保险业务员视为一种销售技巧，其做法并没有明显触犯法律法规，只是游走在法律的“灰色地带”，钻法律的空子。

最明显的做法就是游说消费者变更购买的保险产品。由于一般保险商品的交易是长期交易，时间的跨度很长，动辄就是十几、二十年，然而保险商品的契约设计都是根据当下的市场景气数据作为依据，当然就会受到市场景气的影响。如果市场能维持繁荣，自然没有问题，一旦市场的经济形势持续下滑，保险公司就有可能面临亏损。此时，当务之急就是设计出新的保险产品取代出现亏损的商品。保险公司这样的应变措施本来无可厚非，但错就错在保险公司不是单纯销售新的保险产品，而是要求业务员游说消费者更换已经购买的旧保险产品。当然，保险业务员不会明白地告知消费者，新保险商品的获利保障比不上旧保险商

第二章 最具代表性的衍生性金融商品——保险

品，而消费者经常会因为信任保险业务员而做了更换的动作，结果是吃亏上当还全然不知！

一般说来，消费者碰上了这种情况，也只能自认倒霉，对保险公司是无可奈何，因为保险公司没有违法。

保险公司服务水平差，其根本原因出在机制上。公司内部开发、销售、管理、理赔等各项业务相对独立，各管一摊，互不相干。尽管初衷是为了使各环节相互制约，但实际上，卖的不管赔，赔的不管卖，内部是相互制约了，却把皮球踢到了投保户脚下。保险员推销时说得天花乱坠，等客户索赔时，理赔人员一句“推销员说了不算，解释有误”，就把投保户的理赔要求挡在了门外。

保险公司的业务员的淘汰率超高，这是对客户极不负责任的行为。例如，有人事后发现被某保险业务员骗了，向该保险公司投诉，而此时，该业务员已经离开了这家公司。这时，连投诉也是“瞎子点灯——白费蜡（啦）”。现在，保险员三年后的留存率只有不到30%。大多数人把保险卖给亲戚朋友，三年后就没法干了。而保险公司正是利用这类人员的流动性，不断扩大投保户群体。

目前，在中国，几乎所有的保险公司在出错时都用一个“统一”的口径“现在中国保险行业还没有规范，我们都还在学习”来为自己开脱。我们不禁要问：“你们在学习，客户就该为你们缴学费吗？”十年前是这句话，今天还是一字未改。这种强盗逻辑已是所有保险公司普遍使用的。

“故意误导”不存在违法的问题，但冒贷与假交易就是100%的犯罪行为，这也是最严重的保险交易纠纷。例如，小董在1年前为女儿购



金融界不告诉你的真相

买了一份保险，后来因为保险业务员假冒小董的签名，制造假交易帮小董的女儿多买了十几份保险，致使小董财务吃紧，最后保险公司出面协调解决。又如，在某地有位消费者为全家购买了人寿保险，一年缴20多万元的保费，而且已经缴了七八年了，后来才发现向他推销保险的业务员根本没有为他购买任何保险，这么多年所缴的100多万保费全部被保险业务员卷走了！

保险商品虽然是无实体的虚拟商品，不过，保险商品的交易可是真金白银的，消费者绝不可掉以轻心，消费者必须要坚持拿到白纸黑字的凭证，并且在产生保险纠纷时一定要诉诸法律，不可私了。此外，还要经常检查保险契约，对于保险业务员及保险公司绝不做任何法律授权的行为，这样才能最大限度上确保自己的利益万无一失。



第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡



第三章

象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

在人类经济活动的历史中，市场经济已经出现了上千年，从最初以物易物的交易形态，进入到以金钱作为交易媒介的形态，再进入到记账式的交易形态。而所谓的记账式的交易就是市场熟知的信用经济，信用经济成为市场交易的主流，时间不过几十年（在国内还不足20年），如果以人类整体经济发展的历史来计算，就像是昨天才发生的。

简单地说，记账式的交易就是省略了实际的金钱交付的步骤，仅靠交易的记录就完成了交易的行为，这样的信用式交易也称之为信用交易。信用交易打破了市场上传统以金钱（通货）作为媒介的交易方式，对于消费型经济发展的影响至深至远。

由于信用交易改变了传统消费市场的商品区隔，商品本身不再以价格作为区分奢侈品与一般商品的标准，而是以消费者的消费意愿为准。

举例来说，在20世纪70年代的香港房地产市场，出现了“分期付款”的交易方式。换言之，消费者不用再担心买不起房地产，只要能够



金融界不告诉你的真相

拿出一部分的钱作为头期款，就可以先拥有房屋的产权，其余的购房款再依照约定分期付款。这样的交易形式大大刺激了当时香港房地产市场，而分期付款就是信用交易的原型。自从信用交易在消费市场上出现之后，消费者的消费行为就已经从消费能力主导，转变成为由消费意愿主导。这也必然造成消费者的信用膨胀，导致市场的经济发展出现泡沫化的危机！

泡沫化？对于这个问题，消费者是不怎么关注的！因为消费是种令人感觉愉快的行为，消费的本身就会让人满足。舒舒服服的日子谁不想过？然而，要怎样才能过上舒服日子？经济活动是不可或缺的。为了让信用交易的行为能普及，金融机构就推出了衍生性金融商品作为一种新的交易媒介，最典型的信用交易的衍生性金融商品就是“信用卡”。

“信用卡”把消费市场的交易正式带入了信用经济的时代。

在市场经济发展的过程中，生产技术发生过几次革命性的改变。如18世纪英国出现的工业革命，它彻底改变了工业生产方式，手工业正式走入历史，取而代之的是机器的大规模生产。到了20世纪初，石油取代了煤成为工业、运输业的主要燃料，使得生产方式又出现了改变，史称“第二次工业革命”。之后，市场上工业技术的发展更是日新月异，生产方式随时都在改变。

可是，从几千年前由以物易物的交易方式进入到货币交易时代，消费方式从来没有任何改变，真的是不动如山。直到20世纪50年代，美国市场上出现了全世界第一张类似信用卡的记账卡之后，消费交易的方式才逐渐地改变。目前，这样的改变还在持续地进行中。这可以算是人类经济发展史上第一次消费方式的革命。

不过，就是因为是第一次的消费方式革命，所以很多新的信用交易的消费观念、消费规范、消费工具、消费法令等都未臻完善，还存在

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

很多缺漏，导致市场经济发展一进入信用交易的时代就问题丛生、纠纷不断。在人类市场的经济活动中，信用卡是否能如“金钱”一样长期扮演着重要的交易工具，还是会像放烟火一样一闪即逝？其关键不在于消费者如何使用信用卡，而在于金融机构如何设计信用卡。从20世纪50年代信用卡出现，到现在的50年里，美国、欧洲诸国、日本等多个国家和地区都暴发过因为信用卡的发行、使用不当而引起的信用危机！

谨慎消费，信用至上

“谨慎理财、信用至上”这句话，是金融机构发行新信用卡的广告用语。不过，这句话有明显误导消费者的嫌疑——正确的说法应该是：谨慎消费、信用至上。

信用卡虽然是典型的衍生性金融商品，但信用卡却不具备理财功能。信用卡既不是积极的理财工具，也不是消极的理财工具。信用卡在被设计时，所有能便利消费的功能都被考虑到了，就是没有把理财的功能一并考虑进去，所以信用卡与理财根本毫无关系。

信用卡出现在20世纪50年代，它的确是改变市场上消费方式的一场革命。在市场经济的交易活动中，“银货两讫”的观念及做法第一次遭遇到挑战，取而代之的是“先消费、后付款”的宣传，久而久之，“量入为出”的消费传统渐渐被消费者抛诸脑后去了！

不同金融机构设计发行信用卡的动机与目的其实都是一样的，动机是诱导消费，目的是便利消费。信用卡的设计特色是：只要信用卡被使用了，发卡银行就肯定能赚到钱。所以，对于信用卡的“包装”，相



金融界不告诉你的真相

关发卡银行就无所不用其极了！甚至于在消费市场及资本市场上形成了危险的消费陷阱！

根据调查显示，国内在20世纪80年代末引进了信用卡消费的方式。但在当时，使用信用卡消费非常不方便，不但可以接受信用卡消费的场所很少，而且使用信用卡消费比一般使用现金消费还要昂贵。例如，在当时使用信用卡买机票，不仅没有附赠意外险，而且消费者还要负担3%的手续费。此外，在当时，信用卡业务在金融机构也属微不足道。

一直到20世纪90年代末，信用卡消费逐渐普及，金融机构的发卡数量也大量增加，过了千禧年（2000年），信用卡发卡量达到了高峰，很多人身上都有3~4张的信用卡，而各种信用卡消费的福利此时也全数出笼，因为信用卡而衍生出的新型金融商品，如现金卡，也在消费市场上出现，整体的消费市场发展得欣欣向荣。

在城市里，现今有很多人都接触并使用过信用卡。不过，相信大部分使用过信用卡的消费者并不知道信用卡的来源。消费者可能都会以为信用卡是金融机构研发的，其实这样的认知是错误的。金融机构发行信用卡只是被授权而已。国际上最有名的信用卡发卡公司是VISA及MASTER两家。日本的是JCB，中国大陆的是牡丹卡、长城卡、龙卡，而中国台湾发行的则是联合信用卡。是这些信用卡公司委托金融机构（银行）发行信用卡，而银行只是结算单位。不过，银行发现了信用卡是有利可图的衍生性金融商品，所以就开始在信用卡消费合约当中增加了许多的附加功能，如红利积分、现金回馈及无息分期等，目的只有一个，就是希望鼓励消费者多使用信用卡。

信用卡之所以不能被视为理财工具，最重要的症结点在于：信用卡被设计的目的只是消费，与投资理财毫无关系。信用卡所有的功能设

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

计都有一个很重要的前提，就是消费者必须要先花钱才能获得各式各样的福利，而且强调的是“花得越多，赚得越多”。这样的逻辑观念非但矛盾，而且根本就是个骗局！

为什么很多人仍然抱怨和投诉信用卡的种种问题，如国内出现“卡奴”的说法，甚至国外曾经出现大量信用卡债务无法偿还的社会性问题？除了人们已经找到的各种主客观原因外，实际还有更深层次的原因值得认真研究。

举例来说，在国内基金投资活跃的时候，金融机构就推出信用卡可以进行定期定额扣款的服务，乍听之下这是个多好的服务，实际上充满了太多的消费陷阱。例如，有些银行在办信用卡宣传的时候，极尽可能地夸大信用卡的用途，有些人士还建议信用卡的持卡人利用免息期来购买基金获利。但信用卡的循环利息据测算比一般基金的平均预定获利基准还高，而且使用信用卡投资基金，发卡银行还要收基金投资的手续费。银行的做法已经不是“一头牛剥两层皮”，而是割肉刮骨、吃干抹尽，用消费者的钱来赚银行自己的钱，结果还要消费者偿还账面上所谓的“债务”！如果一定要说信用卡是种理财工具，那它是金融机构的理财工具，是用来欺骗消费者的工具。信用卡对消费者而言，是标准的“糖衣毒药”！

信用卡不是身份的象征，也无法体现财富实力

1985年3月，中国银行珠海分行发行了中国历史上第一张人民币信用卡。这张卡片在当时属于很“前卫”的，也没有推广使用，只是在中





金融界不告诉你的真相

行珠海分行内部的员工中试用，这第一张中银卡因为当时的发行量极少，而且珠海分行发卡制度相当严格，信用卡在有效期满要续办时，是要缴回原有的旧卡销毁的，所以现在传世不多。可以说，在当时，信用卡是不折不扣的身份象征。

如今，街头、地铁站、商厦服务台……人们所到之处都能看到银行办理信用卡的送礼广告，礼品也越来越五花八门——有的银行办卡赠送保鲜盒，有的送100元交通卡，也有送不锈钢餐具或床品四件套；还有的银行承诺，开卡后第一次刷卡消费，即赠送1.5万分消费积分或类似保险等金融产品……只要你想得到的，不管是实物还是无形的金融资产，似乎都可以作为银行信用卡办卡礼品发送。

值得注意的是，虽然办信用卡赠礼很多，但大多数银行也都设置了“门槛”，要拿到这些好礼必须真正地使用信用卡。如浦发银行的WOW Visa奥运卡规定，在核卡后1个月内刷3次，限人民币消费，每笔超过50元才能获得赠礼；深圳平安银行信用卡规定，核卡后次月底前消费满100元或等值美金，才可获赠“搪瓷调理碗五件套”；招商银行厦航白鹭信用卡需在2008年8月31日前刷满3笔满666元，才可获赠2008个厦航里程积分……

于是，就出现了一些以出国留学为借口逾期不还钱的大学生，以及同时申请了几张卡、违规套现来补足企业现金流的小企业主……

非法套现屡禁不止，这不仅跟不法商家有关，更与各大商业银行为了抢占市场、在核卡上制度过宽有关。所以，信用卡从昔日的身份象征沦落到今日遍地都存在的“卡奴”象征。

在目前国内的消费市场上，存在现金交易与信用卡交易两种消费方式。在使用现金交易的情况下，消费者是花自己在银行账户里的钱，

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

户头里有多少钱就花多少钱，基本上不会发生透支的状况。

而信用卡可就不一样了。信用卡的使用方式是发卡银行核准一笔消费额度给持卡人，所以持卡人使用的钱是银行核准的消费额度，等于是借钱消费，等到下个月的结账日前再还钱给银行，而且还钱的额度也很有弹性，可以全额一次还清，也可以只还最低金额。消费者若是全额还清，就没有利息的问题；如果消费者只还最低金额，就有循环利息的问题了。这也是使用信用卡消费的一切麻烦根源！

如今，信用卡的确已经改变了消费者的消费习惯，而且并不仅限于消费的经济活动，而是连价值认知等深层次的思想观念都出现了潜移默化的转变。如台湾省某家银行发行现金卡时，请了某位知名艺人做代言，并在广告中强调：借钱是高贵的行为！

借钱消费从此披上了道德的外衣，大大颠覆了“借钱是万不得已才做”的传统观念；举债度日已经不再是件辛苦的事，在信用经济的时代里，只要有借有还，借钱也可以很高贵！这样的论调可不是哪一个广告天才发明的，而是有着相当的文化背景。20世纪80年代，美国的资本市场上所推崇的最有本事行为，是赚得多不如借得多，能借到最多钱的才是最有本事的——这是美国金融机构的营销阴谋！

只有让信用卡的消费行为进入消费者的价值观念里，使用信用卡消费的方式才能逐渐普及，进而全面取代货币的直接交易方式。所以，无可避免地要对信用卡这样的衍生性金融商品进行包装，让信用卡的功能多元化，在电视等传播媒体里出现的信用卡，已经不再只是单纯的消费工具，而可能是种身份的象征。试想，在一家高级法国餐厅里，一对穿着奢华的俊男美女，在烛光摇曳、琴声悠扬的环境下享受着美食，最后那位男士很自信而有风度地拿出了一张信用卡，交给服务生结账，这



金融界不告诉你的真相

一幕传达给视听大众的印象是什么?

绝对不仅仅只是刷卡消费那一段,而是一种使用信用卡消费的综合印象,可能是种优雅的、高贵的行为,你想不想要呢? 20世纪80年代是美国人信用扩张最快速的时期,并伴随着美国经济的强势发展而扩散到全世界。

至今笔者还没有体会到刷信用卡是一种高贵的行为,是不是真的有点太落后了。笔者所知道的是,银行会告诉你在哪里可以刷信用卡,然后会说在每月什么时候还钱,结果到时候银行里排满了还信用卡钱的人。

信用卡在很多年前就在国内推广了。刚开始,很多人是因为觉得新鲜而去办卡。而到现在却发现,真正有钱的人都没有信用卡,没钱的人口袋里却有好几张信用卡。银行赚的就是穷人的钱。

各大银行打出的优惠政策实际隐藏着各种陷阱。个人的信用记录像悬在头顶的达摩克利斯之剑一样让人提心吊胆,生怕被“黑”了纪录,甚至那些与信用卡毫无瓜葛的人也有可能遭遇信用卡的“强买强卖”。

为了满足消费者的莫名其妙的虚荣心,金融机构很有技巧地在信用卡上动手脚,把一个消费工具区分成几个等级。信用卡通常被分成普卡、金卡、白金卡、钻石卡、无限卡等。同样都是信用卡,但不同的等级,其权利、义务都不一样。普卡一般被视为初入门的阳春型信用卡,消费的授信额度最低,在持卡时间超过半年或一年之后,信用良好、没有迟交款记录的人,发卡银行就会为其自动升级成金卡。同样的作业程序,金卡会继续升级成白金卡、钻石卡及无限卡等。信用卡的等级升级,权利、义务当然也会改变,消费授信额度就会提高,各种持卡的

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

福利也会不一样。

比如，机场的免费接送服务，只有白金卡以上的持卡人才会享有，持普卡的消费者是不会有，最大的区别是一张卡是金色的，一张卡不是！

其实是没什么区别的，无非就是金卡的额度高一点，但普卡也是可以通过其他条件升级成金卡的，而且金卡的年费不可免，普卡的年费可免。而且等级越高，年费也越高，从普卡到无限卡，年费标准相差好几倍，所以发卡银行也乐意为持卡人升级信用卡；而持卡人也会“以此为荣”。殊不知银行是赚你的钱，想在你身上赚到更多的钱，持卡人当了冤大头还不自知，反而误以为自己的消费能力增加了。其实，个人收入增加了，消费能力自然增加，这与银行的消费授信额度没有任何关系。事实上，最好的消费力就是直接用现金消费。

有一位老先生背着一个大手提袋走进一家汽车公司的展示间。业务经理看他穿着邋遢、其貌不扬，就没理他。结果出来了一位业务员接待，老先生说：“我要买车。”业务员看他的样子就介绍了一辆价值10万的小车给他，结果他说：“太小了！”

业务员又介绍了一辆30万的中型轿车，他竟然还说：“有没有更大的？”

业务员见状就介绍了辆百万名车给他，并且问他：“你是要开支票还是刷卡？”

老先生说：“刷什么卡？我付现金。”于是，老先生从手提袋里倒出了一百多万现金，还问了业务员一句话：“算算够不够？不够我再
去银行拿。”

老先生的举动令在场的业务员吃惊不已！





金融界不告诉你的真相

在消费市场上，能真正展现财富实力的不是什么信用卡，而是现金。

信用卡消费等于消费性金融贷款

毫不夸张地说，设计出信用卡这样的衍生性金融商品的金融从业人员真是天才——它不但成功地开拓了金融机构的消费性金融贷款的业务，甚至于还改变了消费者的消费习惯，引导市场上的消费方式出现了革命性的变化！

信用卡的出现让金融机构的消费性金融贷款与消费者之间紧密地结合在一起，甚至成为消费者日常生活中不可或缺的一部分。当消费者养成了使用信用卡消费的习惯之后，信用卡对于消费者的价值就等同于通货（现金）。

有一个真实的小故事：十几年前，某跨国企业的一位高层主管从欧洲调到台湾地区。有一天他到一个著名的观光夜市闲逛吃饭，饭后这位主管就拿出了一张足以代表其身份地位的信用卡要求刷卡结账。而小店并没有信用卡消费的服务，老板要求付现金，可是这位主管的身上只有零钱不够付账，弄得好不尴尬，最后这位主管只好打电话给他的秘书，让其带钱来付账。

即使到了今天，使用信用卡仍然被认为是一种时髦的消费行为，而对于不接受信用卡消费的人则被视为落后的表现。因为在美国、日本及欧洲诸国等经济发达的国家，消费者都使用信用卡。

然而，信用卡是什么？信用卡就是金融机构的消费性金融贷款。



第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

金融机构清楚地知道，平白无故地借钱给消费者消费，不但非常唐突而且被消费者接受的可能性其实也不高。千万不要认为所有的人都见钱眼开，更何况借钱是要还的。例如，在历经长达10多年的经济萧条后，日本政府为了改变经济不景气的状况，刺激消费者的消费意愿，特别提出无息贷款给日本的消费者，鼓励他们多消费，但这样的做法效果似乎不是很明显。消费者消不消费那是一种心理支配的行为，在中国的传统观念中，借钱通常都是在不得已的情况下才会做的行为，有谁会闲来无事借点儿钱来花呢？

由此可见，借钱消费根本是行不通的，因为借钱的行为本身就会给他人留下一种不好的印象、不好的感觉，借钱与消费是两种毫不相干的行为！但信用卡却成功地改变了消费者传统的消费方式，这又是为什么呢？因为消费者使用信用卡消费时，并没有借钱消费的感觉，消费者认为他们花的是自己的钱。一旦消费者使用信用卡消费养成习惯之后，情况就会逐渐改变，由于消费次数的日渐频繁，消费者会开始尝试并使用信用卡的各种分期还款的方式，以减轻入不敷出的压力。

不少人都知道“温水煮青蛙”这一著名实验。如果你将一只青蛙突然扔到沸水里面，青蛙就会立刻跳出来；但如果你将青蛙放到冷水里，然后慢慢加热，青蛙就会舒服地待在水里，水总会沸腾起来，那只舒服的青蛙，就有可能被烫死。这种借钱消费的行为就像是“温水煮青蛙”一样，消费者就像是青蛙，最后是深深地陷入信用卡消费的无底洞中！

信用卡用起来的确很方便，刷卡的时候，很多人都容易产生花自己的钱的错觉。据说，有些人刚开始的时候用卡很谨慎，但一段时间以后，便习惯于“恶意透支”，或是大把大把地花钱，等到了还不起的时





金融界不告诉你的真相

候才猛然醒悟，这时候就真正沦落为还不起欠款，并影响到个人诚信的“卡奴”了。到时候，令人瞠目结舌的滞纳金看上去就像借了高利贷一样让人心烦意乱。

信用卡最成功的地方，就是完全隐藏了消费性金融贷款的真实身份，让消费者误以为信用卡就是金融机构提供给消费者一种新的消费工具，并且认为是种时髦新潮的消费方式，从而完全堕入到金融机构的消费陷阱而浑然不知！

我们也知道银行是最“势利”的，他们成天都跟钱打交道，不可能不“势利”，也不得不“势利”。银行方面对学生办卡审查较严，老人办信用卡也挺难。不少银行办理信用卡会设有年龄门槛，60岁以上的老人申办信用卡相当困难，70岁以上的老人想办卡则“没门”。不过，如果为此就认为银行“歧视”他人，恐怕也是申办者自私的心态在作祟。本来，信用卡就在乎“信用”两字，如果用卡者没能力还预支的钱，干脆就别办卡消费；如果办了卡，又没有信用意识，到时害的是自己。

目前，在中国的信用体系尚未完全建成以前，利用信用卡借钱不还的现象对个人信用的影响还有限。而在美国等信用系统严格的国家里，问题就会变得非常严重。在美国，由于有比较完善的个人信用体系，银行很容易对贷款者个人和家庭的收入、信用状况进行评估，个人信用将会跟随和影响其一生。在这样的制度中，人们才会把信用看得比生命还重要，才会真正对自己当下的行为负责。

现在，央行正在积极建立覆盖我国全国的诚信系统。假若的确建立和完善起这个诚信系统，这就相当于给信用卡用户戴上了紧箍咒。一

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

旦恶意透支，就会被列入黑名单。到时“失信”这只烧起的锅，也就不再限于“扬汤止沸”了，而是可以来个“釜底抽薪”。

信用卡循环利息很高，而循环的是利息没有本金

市场上，金融机构的主要收益来源除了规费、手续费等之外，就是贷款的利息收入。而同样都是贷款业务，消费性金融贷款虽然利息较高，但风险很大，所以消费性金融贷款的业务数量及金额都偏低，以致金融机构的贷款业务、消费性金融贷款始终都是补偿性质的，主要的贷款业务还是以企业贷款为主。由于企业贷款的金额庞大风险又低，当然会被金融机构视为稳定的获利来源。可是，当信用卡、现金卡出现以后，这种获利情况改变了。消费性金融贷款业务居然超越了企业贷款的获利，成为金融机构的主要获利来源！信用卡、现金卡是怎么做到的呢？

首先，谈一谈什么是高利贷。如果按照利率，并依据国内《民法》的有关规定：年息超过银行同期贷款利率的4倍将得不到法律的保护，这也就是所谓的高利贷。虽然其他国家（地区）的相关规定不尽相同，但有一点是一样的，就是利息的算法。不管是哪里的高利贷，都是采取“复利”计算，行话叫做“钉上钉”。以借款双方所议定好的还款期限为周期，借款时先扣第一期利息，若是到期还款人未如期还款，则按照复利加计利息，因此才会出现“利上滚利”永远还不完的情况。这种“高利贷精神”却被金融机构设计进入信用卡的计算功能——所谓的



金融界不告诉你的真相

信用卡“循环利息”，就是与高利贷的复利计算一模一样，而金融机构还美其名曰“循环信用”！

信用卡的“循环信用”，是指消费者在发卡银行的授信消费额度内，如果采用最低的还款方式，就可以边消费边还款，但是消费者必须支付发卡银行利息。将需要支付的利息称为“循环利息”。一般信用卡的循环利率不会低于两位数，但最高不会超过年息20%；但这是对循环利率而言；如果再加上滞纳金、罚款以及本金不变的复利计算方式，消费者实际的利息支出可能会很高。

且不说利滚利和滞纳金，仅高额罚息一项，按央行的规定是“每日万分之五”，折合成全年是18.25%，这已经远远高于普通贷款利率。例如，南京一位市民两年前用信用卡透支欠下银行7884元，两年后，7884元欠款已经变成35478元。而且各家银行在信用卡滞纳金收取标准方面差异很大，最低与最高收费相差可达30倍。

对于南京这起在全国引起关注的信用卡欠款案，相关代理律师在法庭上直言：35478元，是由本、息、复利、滞纳金四部分组成，本和息，应该还，但复利和滞纳金，银行都不该收，尤其是“滞纳金”，银行是根本无权使用这一术语的。有法学界人士明确表示支持这位律师的观点：信用卡欠款“利滚利”是许多银行遵守的行规，但它其实就是霸王条款。

需要进一步解释的是，所谓本金不变的复利计算方式，这是信用卡（含现金卡）循环利息计算最不合理的一种方式，也是信用卡最大的利息收入来源。这种计算方式完全掌握了“大数法则”的要领，单笔金额的数字也许很低，可是数量却很惊人，足以会聚成一笔不可小觑的利润！而且还可以让付息的消费者毫无察觉！

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

消费者一旦使用了信用卡的循环信用的功能，不可避免地会掉入金融机构精心设计的钱坑陷阱，终将成为“卡奴”而无法自拔！相信很多消费者都不知道“本金不变的复利计算”是怎么算的。使用信用卡的消费者一定都会定期接到信用卡的账单，账单上一定会有两个数字：一个是最低应缴金额，一个是全部缴清的金额，问题就出在最低应缴金额身上。如果消费者始终都是一次缴清全部卡款就不会有问题了，但这样的持卡消费者通常都不是发卡银行所喜欢的，因为从他们身上赚不到钱。而选择缴最低应缴金额的人，就要负担循环利息。如果消费者一直是缴最低应缴金额，那么每一期所缴的其实都是利息。如果消费者所缴的高于最低应缴金额，但又无法一次结清卡款，就可以充分突显出信用卡循环利息设计的精巧与用心的不良。因为消费者多缴的卡款理论上应该用来冲销本金，可是信用卡消费不太可能只有一笔，账单上很可能有多笔消费记录，该如何冲销呢？信用卡计算利息是按消费笔数分开计算最后再加总，但每笔信用卡的消费时间与金额都不会一样，消费者多缴的卡款该用来冲销哪一笔呢？由于这直接影响到计算利息的分母，而循环利息的计算分母，除了金额之外，还有计息时间，所以发卡银行计算信用卡循环利息的分母时，绝大多数都是以实际的消费金额为计算基础，更何况每家发卡银行对于最低还款金额设定为欠款总数的百分比是多少，并没有统一的标准，所以使得循环利息的计算更加复杂！

而这些情况，一般的消费者是绝对搞不清楚的，其结果就是导致选择最低还款金额的消费者信用卡欠款是越还越多，钱是怎么都还不完的。于是就出现了这样一种怪现象：某消费者欠银行信用卡债10万元，使用最低还款金额还了几年（在还款期间，当然还在正常使用信用卡），所还的金额已经超过10万，结果最后经结算还欠银行10万元卡



金融界不告诉你的真相

债！怎么会这样？问题就出在循环利息的计算方式上。信用卡的循环利息是按天计算的，平均1天的利率是“万分之5.5”左右，消费10000元每天的循环利息应该是5.5元，10天就是55元，一个月的循环利息就是165元。如果拖欠一年，利息就是1980元。如果再合并计算多笔的消费欠款，循环使用加上循环计息后，就有可能出现消费欠款10万，但还了10万结果还欠10万的情况！

这就是金融机构设计出信用卡循环信用功能的奥妙之所在。循环、循环再循环，不断的循环，消费者口袋里的钞票就这么被搬运到银行的金库里！虽然同样是消费性金融贷款，信用卡的循环利息可比一般的消费性金融贷款赚得多得多！

此外，对于信用卡账单上的还款金额，无论是最低还款金额或是一次缴清的金额，都看不到小数点，这是因为发卡银行以自动进位法消去了小数点。请注意，自动进位法是“要5角给1元”，而不是自动归零。消费者如果不想被信用卡的循环利息拖累，唯一的方法就是一次缴清全部的欠款，否则是绝对无法脱困的。

无息分期其实是种消费陷阱

在所有的衍生性金融商品之中，信用卡的功能最具有多样化，而且可以随时进行调整，斟酌损益之间完全不用取得消费者的同意，不像保险或是共同基金等衍生性金融商品，一旦与消费者签署了契约就不能做任何更动，双方的权利义务就像是铁板上钉钉一般，如果非要改变，恐怕就要另订新约，否则至少也要签署一份补充说明性文件。

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

信用卡的多样化功能是随着主客观环境的改变而改变。只要信用卡作为消费工具的身份没有改变，其他的功能做任何的减损增益都无所谓。既然信用卡是消费工具，那么信用卡的主要功能就应在消费的一端。信用卡的出现可以被视为消费方式的一场革命，所以可以刺激消费增长的种种不同消费方式都会是信用卡的功能之一。信用卡的发卡银行经常会配合市场上某些商业活动，比如在百货公司举办周年庆活动期间，消费者使用某些信用卡刷卡消费就可享有折扣优惠或加倍的红利积分，这些都是信用卡刺激消费的做法，其中最受消费者青睐的就是无息分期的消费方式。

信用卡的无息分期消费方式，结合了消费性金融贷款与分期付款的消费方式。发卡银行与某些产品的生产厂商签约，在销售商品时发卡银行授权厂商可使用无息分期付款的方式进行销售，以增加商品的销售量；而信用卡的无息分期的消费方式也的确受到消费者的欢迎。不过，消费者真的会因为信用卡无息分期的消费方式而获利吗？

无论如何，在发生信用消费之后，如果有能力偿还，消费者最好尽早还款。几乎所有的银行都宣传自己的信用卡有最长50天的免息期，不少用户受此影响，总要满打满算“享受”最长的免息期。而在实际生活中，就曾发生过不少这样的事情：用户在到期还款日当天或前一天还款时，却被告知要偿付超期利息。原来自动存款机还款和跨行还款不是即时到账的，有时候会延后到账，如果这样，尽管你认为自己已经按时还款了，可银行却不这样认为。所以，为稳妥起见，用户应尽量提前三五天去还款，最好还要问清楚还款后款额何时到达账户从而做到心中有数。如果逾期，不但不免息，还可能会收取滞纳金，这一点经常被消费者忽视。





金融界不告诉你的真相

大部分信用卡分期付款业务都会在细则中说明：任一还款期内，应摊还金额。如有逾期滞纳情形产生，将计收滞纳金。因此，持卡人对于分期付款也要按时还款，否则，不仅不能免息，还要交罚息。

在还款时，消费者要注意尽量还全款，奉劝大家不要做最低限额还款。要知道，如果在免息期内不能全额偿还透支消费款项，就要支付从交易入账日至还款日止的贷款利息，而且是按透支消费款项全额计息。其实，在银行看来，每月不能全部清偿透支的用户，是最有利可图的“好顾客”；而那些按月全部清偿透支的信用卡用户，则是让银行没办法赚取利息的人。

对于银行宣扬的“信用卡最长有50天的免息期”一说，丁某的一次经历，让他最终明白现实并没有想象中那么美好。

丁某在某银行办了一张国际信用卡，当时用这卡刷卡消费了39771.52元，在到期还款日之前，他已经分多次陆续还款39771.28元，少还了0.24元。因为是零头，当时的他并没在意，还以为都还清了。但就是这区区0.24元，银行收了他853元的利息，利息是本金的3000多倍。

丁某向银行讨说法，但银行方面给他的答复是：根据最新的国际信用卡章程，已将原来只对欠款部分收取利息，改为对消费款全部从消费发生日起，收取每日万分之五的利息。换言之，他那39771.28元虽然早已按时还了，但仍然被收取了高额利息。

按照银行方面的逻辑，“差一分钱没还，就等于所有的钱都没还”。如果一没留神错过了一天还款期，或者还款时与自己的透支额哪怕只留下1分钱的缺口，那么丁某也将与“免息待遇”擦肩而过，并要付出“高昂”的代价。

但是，银行在办卡时，只会一味强调信用卡的“免息”光环，使

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

多数持卡人不能认识到“免息”所意味的真正含义，银行是否也在其中起了误导的作用呢？

这恐怕要了解清楚银行的计算方式才能确定。那么，发卡银行是如何计算无息分期的消费账款的？一般人都会认为，无息分期的消费款计算方式应该是以银行付款给厂商的方式为主，如果是无息分期12期，厂商就是分12次向发卡银行请领货款。若是厂商一次请领货款，发卡银行也会分12次给付，所以无息分期的消费款应该是以12次计算。这一点本来是没有疑义的，因为无息分期的消费款不论是一次计算还是分期计算，由于没有利息，所以怎么算结果都是一样的。

但信用卡的无息分期消费方式，其真正的目的根本不在无息分期的本身，而是引诱消费者消费！只要消费者被引诱到了，消费了第一笔就会消费第二笔。接受了无息分期的消费方式当然也会使用一般循环信用的消费方式，只要消费者的信用卡账单里有使用循环信用的账款，那么无息分期这四个字就是个消费骗局！

举例来说，某甲曾以无息分期分24期的方式消费了48000元，每期某甲应付2000元，但某甲又消费了500元超期未还，计算方式就出现了落差，按理某甲当期信用卡计息的分母最多应该是2500元，可某甲的循环利息的计息分母却是按所有未还款项即48500元来计算，某甲的消费款虽然并没有被“灌水”增加，可是无息分期的“无息”部分在人间蒸发了！只剩下分期了，而且还是年息高达18%的分期付款，比起一般的分期付款高得多。发卡银行这是典型的“浑水摸鱼”的做法，而且还不涉及任何法律责任。如果被心细的消费者发现，银行只要说是计算机计算出现错误调整回来就可以了，最多再说句道歉的话；若是没有被消费者发现，那银行就是不赚白不赚了！



金融界不告诉你的真相

消费者硬生生地当了冤大头还不知道。消费者的损失也许不多，可这种蚂蚁搬家的敛财方式却是发卡银行的最爱。

只要“刷”，发卡银行就有得赚

中国古代有这样一句顺口溜：“衙门八字朝南开，有理无钱莫进来。”这句顺口溜的意思是：过去官府腐败，只贪图老百姓的钱财，而不为老百姓办事。讽刺在法治不健全的年代里，司法人员是如何地大小通吃！

时至今日，人们把这句顺口溜当成笑话看，因为只有在落后的环境、落后的市场，才会有大小通吃的事情发生。理论上好像是这样没错，可是实际上未必如此。由于追逐利益的市场特性从来不曾改变过，所以社会上存在着许多“坑蒙拐骗”的利益陷阱！

信用卡就是个典型的例子。只要进入信用卡的游戏规则里，不管是谁都会被发卡银行通吃，而且是吃得死死的！

消费者永远不会知道信用卡是从什么时候开始赚钱——绝对不是从消费者使用循环信用时开始，因为等到消费者使用到循环信用的时候，发卡银行已经赚了好几轮了。不知道消费者有没有发现，在所有的信用卡的宣传广告当中，发卡银行对于信用卡的循环利率、红利积分与使用都很少着墨，甚至是只字不提，只是不断地鼓励消费者使用信用卡，某家国内的发卡银行还不断地宣传30元等小额消费也要刷卡，目的就是要消费者养成使用信用卡的习惯。发卡银行这么做对他们有什么好处呢？这就问到重点了。所谓“无利不起早”，如果无利可图，这些发

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

卡银行才不会无聊到宣传使用信用卡，当然是利之所趋、有利可图，发卡银行才会极力宣传。前文提到信用卡从什么时候开始赚钱，当然是从消费者刷卡的那一刻开始，这也就回答了为什么发卡银行要不断地鼓励消费者刷卡——只要是“正常”使用信用卡，发卡银行就稳赚不赔！不但可以从循环利息中赚，还可以从红利积分上赚，更可以从刷卡手续费上赚，是真真正正、不折不扣的大小通吃！

为了使用卡人真正地用起卡来，很多银行都有“刷”卡免年费的规定，总的规则是诱惑持卡人把卡“刷”起来。2009年春节期间，许女士在沃尔玛超市里办了一张沃尔玛联名信用卡。“由于住的地方离沃尔玛超市很近，据说这张联名卡的积分可以换成沃尔玛超市购物券，所以就办了。”许女士说，“当初我办这张信用卡时，业务员明明告诉我不开通信用卡就不用付年费，所以我很放心地办了。后来手头上信用卡比较多，这张就一直没激活。”但令许女士备感吃惊的是，快到年底的时候，一张来自银行的催缴年费单让她措手不及。“后来我去客服咨询，客服跟我说，不管有没有开通，都要收年费，只是第一年免年费，如果第二年刷卡刷满六次，可以免去次年年费。这些我当初并不知情，感觉像受骗上当一样。”现在，许女士只有两个选择：要么付清年费，然后注销信用卡；要么就先激活信用卡，再刷满六次。

如果去银行了解一下，你就会发现像许女士这样的情况特别多，而且各银行在刷卡次数上也有一定的灵活性规定。有些客户刷满两次就免了年费，但是这样的情况并不是明文规定，需要和银行沟通交涉。

目前，针对信用卡不激活使用的收费问题共分三种情况：广发银行、民生银行、浦发银行、农业银行认为，只要不激活就不收取费用；招商银行、交通银行、工商银行、光大银行四家银行采取的标准是第一





金融界不告诉你的真相

年免收费用，从第二年开始，不管是否激活，都按年费标准收取费用；而中国银行、中信银行、建设银行三家则是不管是否激活，一旦申请办理了信用卡，自发卡之日起就按标准收取费用。

因此，在办理信用卡前，最好仔细阅读信用卡合约内容及相关承诺，而不是光听促销员的一面之词。办了卡如果不想使用，最安全的方法还是打银行的客服电话进行销卡，销卡不收取费用，而且不会影响个人信用记录。

在所谓“信用经济”的时代里，信用卡除了是消费工具以外，还被称为“塑料货币”。换言之，信用卡既然被赋予通货的身份，站在发卡银行的立场及经济发展的角度而言，当然是希望信用卡越流通越好，就像是货币要周转才能赚。如果消费者都不用钱，那么市场就会面临经济萧条的危机。其实把信用卡比成通货，这是发卡银行别有用心而散布出来的似是而非的观点。与一般货币比较，信用卡除了消费工具这一项功能与货币类似以外，其余的完全是风马牛不相及。

例如，货币是要政府才能发行，而信用卡只要是金融机构，不管是银行、保险公司、信用卡公司都可以发行，因此毫无公信力可言。政府发行货币是要有货币发行准备，可是发行信用卡不用，发卡银行想发多少就发多少、想发给谁就发给谁，根本无法可管。如果信用卡是“塑料货币”的身份具有法律授权，那么市场的信用早就因为“恶性通货膨胀”而破产了！

消费者使用货币消费不会有任何附加费用，会计账目也是一目了然。但是消费者刷卡消费就会有3%~5%的手续费，一般说来应由厂商担负，其实很多时候都隐藏在售价里由消费者埋单。除此之外，还有复杂的循环利率。事实上，消费者完全无法了解究竟付出的金额是多少。

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

如果用信用卡提取现金，必须交纳提现总额1%的手续费，单笔手续费不低于10元。从取现的第二天起，银行以每天万分之五的利率收取利息，折合年利率为18%。而银行1~3年的中长期商业贷款，年利率才为5.76%，约为信用卡提现利率的三分之一。

实话实说，信用卡的游戏规则就是发卡银行与消费者玩的百家乐赌局，发卡银行是永远的庄家，只要消费者进这场赌局里，不管是“押庄”还是“押闲”，消费者以为自己可以做主，到最后结账时才发现自己已经输得一干二净！

不会白白送给你的信用卡红利积分

林志是一名IT行业的工作人员，他的第一张信用卡是在下班后，一家银行在办公楼一层展业时办的。自从有了这张信用卡后，他的信用卡消费和持续办卡之旅算正式开始了。

自从林志办了信用卡后，由于信用卡消费有积分，而积分积攒到一定数量既可以换礼品，还可以抵消年费，以至于林志即使在超市只买了件不到10元的东西，他也不嫌麻烦地要求刷卡，一切都只为可以得到积分，他想等积分积累到一定量的时候换一个有价值的礼品。

虽然不管是购物就餐，还是娱乐消费，林志都会在付款前问一句“能不能刷卡”，但是由于自己的消费有限，林志开始另辟蹊径。后来和朋友一起购物，如果别人不刷卡，他就会主动要求把现金给他，然后他用信用卡来付款。然而，经过近一年的消费后，林志发现信用卡刷卡攒积分也有不少瑕疵。比如，积分兑换有截止期，到期后所有积分将要



金融界不告诉你的真相

清零，而有的消费并不积累积分。这严重打击了林志的刷卡积极性。

另有一位在投资公司上班的白领朱小姐也尝到了“我为积分狂”的苦果。朱小姐所持有的信用卡举办过一个活动，她得到的宣传单显示：“即日起至10月31日，连续刷卡10天，积分即可5倍累计。之后每连续多刷一天，连续期间交易都可额外增加1倍奖励积分。积分最高可翻25倍，奖励积分上限5万分。”为了换取这25倍的积分奖励，朱小姐在那一个月，天天刷卡消费。经过不懈努力，她终于完成任务，得到积分。

可是，回头仔细盘点这一个月的消费成果，却令朱小姐后悔不已——裙子买薄了已经过季节了，鞋子买的颜色配不上衣服，还有的商品是根本用不上的。而这5万积分的可换礼品也并没有自己想象中那么好。

发卡银行是不是真的这么坏？事实上，不是发卡银行太坏，只是消费者太笨了，太容易上当！

银行本来就是唯利是图的，发行信用卡的目的什么？应该是“司马昭之心，路人皆知”的。在这种情况下，消费者还要上当，除了怪自己太笨以外还能怨别人吗？如此说来，难道信用卡真的没有一点点的好处吗？对发卡银行而言，信用卡是个赚钱机器，浑身上下充满了利益；对消费者而言却一无是处！

如果不信，笔者在此举例说明：在信用卡的诸多功能当中，有一项是标榜回馈消费者的“红利积分”，红利积分的规定每一家发卡银行都不一样，不过大抵是发卡银行从消费者的消费金额中计算，当消费者使用信用卡消费了多少钱（如200元）时，便可以兑换银行提供的信用卡红利积分，以此来兑换商品。这项规定看起来是给消费者的福利，但

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

实际上呢？如果一头牛只能剥一层皮，发卡银行会很明白地说：“一头牛剥得好是可以剥两层皮的！信用卡的红利积分就是明显的例子。”

天下没有白吃的午餐。发卡银行不可能平白无故给消费者信用卡红利积分，当然是羊毛出在羊身上了——消费者如果想要红利积分，就得自己刷卡买。请问，什么是红利？

依据相关法令的规定：公司将盈余分配给股东的叫做红利。那么消费者与发卡银行之间是股东关系吗？当然不是。既然不是什么股东关系，哪有什么红利可以分？更何况信用卡红利积分的红利来源，真的是发卡银行所分配的盈余吗？

也不是！而是消费者自己买的！这种情况正好应了一句俗话：“让人卖了，还帮着别人数钱。”消费者让发卡银行赚了钱，发卡银行还要消费者自己掏钱买红利，真是荒唐！

对此，多数消费者都会吃亏上当，鲜有消费者能真正从红利积分中套利得到好处，唯一的例外可能就是“卡神”杨蕙如的案例了！

27岁台湾省台东市姑娘杨蕙如，因成功利用银行信用卡的优惠规则，通过电视购物、刷卡积分、换取奖品再出售等连环操作，短短三个月获利上百万元新台币，被视为传奇人物，奉为“卡神”。

不过，“卡神”利用发卡银行对于红利积分相关规定的漏洞进行操作而获利的做法，并不值得仿效。最后，发卡银行的信用卡部经理遭到记过处分，而“卡神”则被剪卡成为银行的拒绝往来户，这场纠纷才得以结束。





使用红利积分消费者还要花钱

信用卡公司不是福利机构，只要稍稍大意，就可能掉进信用卡陷阱。虽然已经非常清楚地知道，信用卡的红利积分是消费者自己刷卡消费买的，可是消费者却无法自由地使用信用卡红利积分，红利积分不能用来折现，也不能用来扣抵消费金额。如果消费者要用红利积分兑换商品，更是限制重重！不但要限定特定时间、特定商店，还要限制特定商品，目的就是要让消费者不容易使用这些信用卡红利积分，因为红利积分是有有效期限的（只有极少数的信用卡红利积分是终身有效的），如果消费者在有效期限内没有使用完红利积分，过期就自动失效。

怎么样，发卡银行的用心可见一斑了吧？若是这么不容易兑换，消费者不换也就罢了，充其量让红利积分过期失效也不会有其他的损失，但更可恶的则是“电话兑换”。一般发卡银行对于使用信用卡红利积分的规定，多半是进行所谓的“电话兑换”。作业的方式是发卡银行在每一季或每半年，会寄信用卡红利积分兑换册给消费者，消费者就在兑换册列举的商品中进行选择，兑换册内的每一件商品都有注明——可使用的兑换红利分数以及现金的价格。通常发卡银行的做法是：兑换册内，小件便宜的商品，100%可以用红利积分兑换；如果是较为昂贵的商品，则不能完全使用红利积分，消费者必须要额外支付现金差价才能进行“兑换”。

不使用红利积分直接购买同类商品只要花500元，可是使用红利积分购买同类商品，其标价可能反而到了600元。这是发卡银行与相关商

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

家抓住了消费者的贪小便宜的心理。

这也是问题的症结所在。从字面上分析,红利积分应该是具有相当程度的福利精神在内,因为“红利”就是盈余分红,所以兑换商品也应该相对于市场价格优惠、便宜许多才对。可是实际的情况却不是这样,经过新闻界调查发现,使用发卡银行的信用卡红利积分所兑换的商品,包括可以100%使用红利积分兑换的商品在内,价格比起市场上的同类商品要贵50%到200%不等!换言之,消费者要付出高于市价2倍的金钱或红利积分,来“兑换”市场上的同类商品,不但让消费者再一次蒙受损失,更证实了消费者被发卡银行“吃定”了!只要是在信用卡的消费游戏规则里,消费者就不可能翻身!

信用卡红利积分摆明着就是一个骗局!表面上告诉消费者信用卡红利积分是给消费者的回馈,暗地里发卡行却使出浑身解数,想方设法地再捞一笔。这样的初衷与做法真是令消费者心寒!

其实,信用卡坑害消费者的做法不只红利积分这一项,从整体而言,信用卡这种衍生性金融商品的设计动机就是要赚消费者的钱,根本没打算分给消费者一点点好处,甚至发卡银行也不准备给消费者任何的持卡权利。试问,在国内有数百万的信用卡持卡人,有谁能说出自己的持卡权利是什么?

消费者没有任何持卡权利

一般在市场上出现的消费型契约,基本上都是定型化契约。请注意:只要是定型化契约就是“不平等条约”,最具代表性的就是信用卡





金融界不告诉你的真相

契约。相信大家都还记得在申办信用卡的时候，一定要签很多字，那就是在签署信用卡的定型化契约。所谓定型化契约，就是立约的双方无需议定契约的内容，由立约的一方单方面订立契约内容，然后再分别与不确定的对象签约。而在金融市场上的衍生性金融商品几乎都是以定型化契约的形式出现，保险契约、申购共同基金契约以及信用卡契约等都是。

那么定型化契约的精神与内容是什么？定型化契约的精神就是“不平等”！试想，签署契约的目的就是为了明确保障缔约双方的权利义务，白纸黑字的证据让双方都能够遵循，如果契约的内容是由签约的某一方单方制订的，而签约的另一方被要求必须照单全收，请问，这样的契约能公平吗？

学法律的人都知道，表现法律的公平性不在于法律判决的结果，而是在于法律诉讼的过程。只要在法律诉讼的过程中，正义获得了尊重与确保，那么结果怎么判已经不重要了！而定型化契约就是个标准的不公平的契约。凡是购买过保险、申购过共同基金、申办过信用卡的消费者一定都分别签署过不同的定型化契约。虽然保险、共同基金、信用卡是不同类型的衍生性金融商品，可是这些不同类型的衍生性金融商品的定型化契约。其内容却是大同小异，一定有一大堆密密麻麻的相关法律条文，紧接着就是签约者（消费者）所应担负的履约义务以及违约责任，最后就是签约者的授权，如此契约才能生效，然而通篇契约看不到契约制订方的任何履约义务及违约责任。

例如，消费者在申办信用卡时，信用卡契约明文规定消费者若延迟缴款该多缴多少的滞纳金，若是逾期未缴款，还要罚款等，但却没有载明若发卡银行因人为疏失，如计息错误造成消费者的损失等，该负担

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

什么样的损害赔偿。在衍生性金融商品的定型化契约中，所有的契约制订方都没有任何的履约义务及违约责任的规定，万一发生履约纠纷而消费者的权益遭受损失时，唯一的解救途径就是打官司，除此之外别无他法！可打官司往往旷日费时，经常会弄得消费者身心俱疲！即使争回了原有的权益，也为此消耗了太多的人力、物力、财力！

也有人提出，使用信用卡比使用现金更安全，其实这也未必。吴女士在超市买了100多元的日用品，结账时，吴女士决定用信用卡付款。在输入信用卡密码后，POS机提示交易不成功，吴女士又把密码输了一次，还是没有成功。最后，吴女士只好用现金付了账。但令吴女士意外的是，消费账单上还是出现了这两笔在超市的消费记录。吴女士立即打电话给信用卡发卡行，经过投诉和银行的仔细查询之后，吴女士总算拿回了那两笔不该被银行扣掉的钱。

无独有偶，季先生在一家百货超市购物时，也遇到了和吴女士同样的情况。一笔396元的消费，当时却被银行实实在在地扣掉了792元，后经与商家、银行交涉，才把多扣的钱取了回来。

目前因POS机“耍赖”导致“吞钱”的情况时有发生，主要原因是“线路讯号不通畅”。刷卡交易时，银行已扣掉了应付款项，但在将这个讯号返回给商家的POS机终端时，讯号出现故障，从而导致交易清单无法打印出来，收银员和客户都误以为交易没有成功，接着又交易一次，造成一笔买卖却付了两笔的钱。持卡者发现多刷后，应立即告诉发卡行发生错误的时间与地点。超市和银行在核对账目后，会把多收的钱打到持卡者的账户上。

由此可见，就目前的信用卡使用来说，也还存在许多需要完善的地方。在使用的过程中，还可能出现被人用假卡调换的情形，遇到这种



金融界不告诉你的真相

问题，消费者除了费尽波折与发卡银行协商解决以外，暂时还没有更好的办法。

既然信用卡契约是定型化契约，那么消费者当然没有什么持卡权利可言。所有发卡银行规定的使用信用卡应注意的事项中，几乎都是消费者的履约义务及违约责任，消费者就只能照着游戏规则玩。然而，这些规定对消费者虽然具有强制性，可是对发卡银行却没有，发卡银行随时可以跟随客观环境的改变而径自变更游戏规则，消费者不能反抗更无从置喙，唯一拒绝的方式就是立即还清本息，然后“剪卡”。如果消费者无力偿还本息欠款，就只有接受发卡银行单方面变更的规定，即使是违反可能的契约规定也无可奈何！

很多时候，如果银行感觉到消费者偿付能力存在问题，就会径自变更与消费者的约定，终止消费者的用卡，以高额的循环信用的高利率，逼迫消费者还款！很多消费者之所以愿意忍受信用卡循环信用的高利率，目的就是为了周转，一旦循环信用的功能被取消，消费者就有可能立即面临信用破产的危机！

而发卡银行这么做也充分表现出其对消费者予取予求的本质！在市场没有出现债信危机时，循环信用是信用卡最大的获利手段，一旦出现危机就立刻紧缩，所考虑的只有发卡银行的利益，根本不考虑维护消费者的权利——在这场信用卡消费的游戏里，消费者本来就没有任何持卡权利，何来维护的需要？



第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

银行可以随时径自调整信用额度让你消费成瘾

消费者在市场上持信用卡消费，自觉都会有把握、有信心，如果真的都能做到当然是很好，可是很中肯地说：“消费者这样的心态，真的是有点儿不知道江湖的凶险！”若是消费者完全不使用信用卡消费，自觉消费就会有所节制，至少不会超出预算，这是完全可以做到的。不过一旦使用信用卡消费，消费者的自觉性就会变得迟钝甚至是麻木！

因为使用信用卡消费之后，一切的消费情境、消费预算以及消费资金的周转率，都会逐渐由消费者的手中，不知不觉地转移到发卡银行。这就有点儿像吸毒成瘾的过程：刚开始绝对是从尝试、再尝试，到需要、再需要，最后深陷毒瘾而无法自拔！消费者一旦使用信用卡消费成瘾，那结果可就不乐观了！消费者就会成为发卡银行的提款机，永远还不清信用卡的循环债务直至破产！

那么发卡银行会怎么做，才会让消费者使用信用卡消费成瘾？首先是塑造消费情境。什么是消费情境？举例来说，有个广告叙述了如下三段故事。

第一段是一对小情侣共骑一辆特“拉风”的摩托车：

女的问男的：“你爱我吗？”

结果，男的给女的一个戒指盒。

第二段是年轻夫妻：





金融界不告诉你的真相

怀孕的妻子问丈夫：“你还爱我吗？”

结果，丈夫就去刷卡消费。

第三段是一对中年夫妻在码头散步：

妻子问丈夫：“你还爱我吗？”

结果，丈夫给妻子一个戒指盒，里面有一枚钻戒和一张字条，上面写着：“我爱你”。

这是一家发卡银行的信用卡广告，广告画面非常唯美浪漫，广告的诉求很简单：“如果要表达爱意，就刷卡买个礼物表现吧。”先不去争辩为什么一定要送礼物才能表达爱意这样的观念是否正确，单就这一则信用卡广告本身而言，就是一种标准的消费情境。试问，如果女性消费者看到这则广告受到了触动，要求她们的丈夫或男朋友按照广告的情节，照着葫芦画瓢依样办理，不就达到发卡银行的目的了吗？

如果消费情境还不足以打动消费者，发卡银行就会拿出调整信用卡消费授权额度的手段。或许有人会疑问，调整信用卡的消费额度有什么用？会这样问的肯定是个外行。真正知根知底的行家都知道，调整信用卡消费额度无疑是调整消费者的消费预算，这就是使用信用卡消费的吊诡所在！

一般人会认为消费者要花多少钱，不是由消费者自己决定吗？消费者如果用现金消费，就是由消费者说了算；若是用信用卡消费，恐怕消费者就说了不算！经研究发现，消费者如果习惯性地使用信用卡消费，消费者的消费金额往往会随着信用额度的调高而上涨，而消费预算到最后也不是根据收入来制订，反而是受到信用卡的消费授信额度所引

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

导，而且消费者的消费预算与消费习惯都会被潜移默化地改变，等到消费者发觉的时候通常都已经养成了新的消费习惯，只要是继续使用信用卡消费，就难逃被信用卡控制的魔咒！

尽管消费者很难对抗消费情境与调高消费预算的诱惑，但毕竟还没有到身不由己的地步。发卡银行所塑造的消费情境固然浪漫唯美，但消费者只要不看或者看了不受诱惑，就不会受影响；消费预算被调高，消费者只要坚持只做必要的消费，发卡银行所做的调高信用卡消费授权额度就变得毫无意义。能出现这样的情形是有前提的——虽然消费者使用信用卡消费，可是并不欠发卡银行的钱，换言之，消费者并没有使用信用卡的循环信用功能，所以可以做到全身而退。

李某就遇到过这样的情况。在今年春节前夕，他收到了银行的信件通知，信用卡额度由原来的1.5万元变成了2万元，并祝他新年用卡愉快。“真是怪了，我推迟了十几天还钱，银行居然将我的信用额度提高了5000元。”李某自言自语。

李某是保险公司高管，每月出差。有时没空看银行寄来的对账单，前两个月连续迟还款，除去本金外，还多付了数百元利息，他正在担心会留下不良记录，谁知却收到银行提高信用额度的通知单。

更为离奇的是，另一位持卡人王某在未得到通知的情况下，却事后得知他的信用额度增加了。他在申办信用卡时额度为7000元，每月准时还款。后来，王某刷卡消费5000多元，因工作单位变动，未将新地址及时通知银行，且当月未收到对账单。等他想起还信用卡钱时，银行除向他收了200多元利息的同时，还告知他之前已经将他的信用卡额度提高到1万元。

信用卡的这种信用功能设计完全颠覆了消费市场“量入为出”的





金融界不告诉你的真相

千古明训，并大肆鼓吹消费者扩张信用、寅吃卯粮，给人一种借钱不用还的错觉！发卡银行的真实用意，其实很明显，就是调整消费资金的周转率。

最早期的信用卡其实只有记账的功能，消费者在刷卡消费之后，最多只能享受到30天的周转期，等到下个月的结算日时，消费者就必须全额清偿。然而，当循环信用的功能被设计出来后，消费者的消费金额可以选择周转率的方式偿还，不必一次性清偿。这么做，消费者的“消费能力”会在所得没有增加的情况之下大幅提升，“享受”着消费给生活带来的种种好处，不过消费者必须付出高额的利息。这就是发卡银行所要的。一旦消费者选择资金周转率的方式还款，就完全落入了发卡银行的掌控，从此就开始了“老鼠赛跑”的游戏，而且永远不会结束！

发卡银行的消费资金周转率没有任何法律问题，发卡银行随时可以按照需要自主调整。如果发卡银行的资金宽松，想让消费者多借一点，就可以向下调整资金周转率中的还款比例；若是发卡银行的资金紧俏，或是市场上的信用紧缩，就会向上调高还款比例。消费者唯一能做的就是被动配合，万一消费者无力配合，那就会面临信用破产的危机！而扩张信用、寅吃卯粮的结果就是越吃越少，到最后无粮可吃！

信用卡主动升级，又是个要钱的手段

升级信用卡不需交任何费用，还能送保险、提高信用额度……这是在发卡银行的宣传单上我们经常可以看到的。千万不要相信同类银行的类似服务升级提醒，银行利用这类借口让你上套后，便会对你进行

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

搜刮。

在这里可以简要地描述一下银行在推行这类服务时的套路。

发卡银行先把你的卡片用所谓电话通知的方式获得你所谓的认可（所有的法律文件是必须经过本人签字才能生效的），然后在不提供任何服务的情况下，强行扣除费用——这个费用其实是子虚乌有的，是在没提供任何服务的前提下开始的——然后开始用不接电话等方式回避你的问题。例如，你打电话过去，要求提供当时“代理认可”的声音文件，以便获知当时的全部通话记录，并明确表示不接受除个人签字以外的任何授权。那么对方会故意不接电话，或者设置忙音，要不就找理由百般推诿。

李某最近就遇到了一件烦心事。一年前，他在银行办理了一张普通信用卡，信用额度为1万元。五一期间，他接到银行的电话，称由于他信用记录良好，银行可以把他的普通信用卡升级为白金卡，信用额度为3万元，李某欣然接受。

不久以后，李某收到了银行寄来的白金卡及说明书，仔细阅读之后，李某却发现这张卡每年要交680元年费。收到卡后，李某就想退卡，但银行方面却表示信用卡虽然没被激活，退卡也要交680元的年费！并且声称，“免费升级”与“免年费”是两个概念。但该银行的客服在给李某打电话的时候故意混淆了这两个概念，而且在该银行的宣传单上——也许会在一个不起眼的小角落里，已经标明了“购买增值年费套餐的客户是不免除首年年费的”。银行就是靠这种所谓的“免费升级”的服务给客户埋下了一个年费陷阱。

“银行通知我信用卡升级时，并没有说明要收680元年费，早知这





金融界不告诉你的真相

样我就不升级信用卡了。”李某现在后悔不迭。

消费者在信用卡的游戏规则当中，除了没有任何的持卡权利之外，而且地位也是完全被动的，是完全不平等，真的有种“人为刀俎、我为鱼肉”的感觉！就连信用卡“升级”这种事，消费者都要慎防有诈！

说起来消费者真的很可怜，在信用卡的游戏规则中，消费者只有两项主动的权利。

1. 是申办信用卡的权利。
2. 是要不要信用卡升级的权利。

因为这两项都是要消费者签名授权的。可是这么一点可怜的权利，如果消费者稍微不注意就有可能被侵犯！

先说说信用卡升级到底是不是件好事。凡事都有一体两面，信用卡升级，对发卡银行来说是件好事，对消费者而言可能就是破财的事——很简单，信用卡一升级，发卡银行所要收的年费就自然增加。这原本不是一件值得专文讨论的事，可是在国内金融风暴发生之后，消费者的信用卡消费金额总量锐减，持卡数量也迅速降低。发卡银行为了刺激信用卡的消费量，在未通知消费者的情况下会主动地进行信用卡升级的操作，消费者往往是在接到新的信用卡之后，才知道发卡银行的行为。

这个时候，消费者仍然拥有选择的权利，发卡银行是不能够拒绝的。

信用卡属于契约商品，任何没有取得消费者签名授权的行为都是违法的。消费者经常感觉到发卡银行的冷酷、唯利是图，但发卡银行可不这么认为，他们常常挂在嘴边的说法是：“一切都是按照合约规定，没有违法。”所以，消费者必须要懂得“以其人之道，还治其人之

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

身”，因为消费者如果轻易地放弃自己的权利，发卡银行非但不会感谢消费者宽宏大量，也许还会在背地里嘲笑消费者笨！

在发卡银行的眼里，看到的只有钱，他们一切的作为也都只为了能赚得到钱。主动升级信用卡就是为了多赚一点，哪怕是蝇头小利，发卡银行也绝不轻易放弃，因为这才是他们唯一能做的。说穿了，整个发卡银行就是个赚钱机器而已。

信用卡债务属于一般性借贷，与背信、诈骗罪无关

什么是信用卡诈骗罪？诈骗罪与一般借贷的差别是什么？

本书通篇文章所探讨的是：金融界不会告诉你的内幕，所以就以金融机构为例进行说明。如果金融机构的经营者在未经董事会同意或是在股东大会上未向股东说明，就利用财务操作的手法将公司的资金转移做其他用途，如转投资、炒股票等，这就叫做诈骗。

至于信用卡债务呢，绝大多数情况下既不涉及诈骗，更构不成诈骗，只是属于一般的财务经济纠纷。

金融机构是以通货（金钱）直接作为交易的商品，纠纷实在是在所难免，只要没有明显的犯罪意图，都属于一般借贷所引发的财务纠纷，不管交易的形式是什么——是直接向金融机构办理各种贷款业务，还是通过信用卡、金融卡等所谓的塑料货币所产生的间接欠款。其性质就像是一般民间的借贷性质，例如私下借款等。也许有消费者会认为金





金融界不告诉你的真相

融机构这么庞大，借款手续又很复杂，不但要签许多合约，有担保品抵押，还要对保等（其实申办信用卡也有这些程序，只是没有担保品而已），其本质难道就只是“一般借贷”这么简单？在法律上的认定就是“一般借贷”，这样的认定不会因为金融机构有多么庞大而有任何的不同。一般借贷的性质不会莫名其妙地变成背信、变成诈骗。

所谓的信用卡诈骗罪，我们主要指的是现行《刑法》第196条第一款、第二款所确定的罪名，指以非法占有为目的，利用伪造或者作废的信用卡，或者冒用他人信用卡，或者恶意透支，数额较大的行为。这种诈骗罪，主观上我们把它叫做目的犯罪，即行为人是直接故意地犯罪，有目的地来诈骗他人的钱财、国家的钱财，或者银行的钱财。客观上，则有法定的四种行为：利用伪造的信用卡，利用作废的信用卡，冒用他人的信用卡，或者恶意透支，并且要求数额较大。客观上必须有这种行为。

广义的信用卡诈骗罪，我们还可以把现行《刑法》第196条第三款所规定的盗窃信用卡，然后又去诈骗取得财物的行为包括到信用卡诈骗罪里。因为从犯罪学意义上看，盗窃信用卡又冒用别人的信用卡来消费、来提现，实际上也是一种诈骗行为。但是，现行《刑法》对它做了特别说明，规定这种情况按盗窃罪处罚，所以它不包括在严格意义的信用卡诈骗罪里。

曾经有过法院的判例，把一般的透支5000元未还的行为也归结为信用卡诈骗罪，这是值得商榷的，而且这种判例只出现在极个别的情况。因为从本质上讲，在信用卡额度内的透支是得到银行允许和授权的，“一个愿打，一个愿挨”，如果发生纠纷，事实上应该归属于民事法律的范畴。

而对一般的透支信用卡的行为，除非存在明显的恶意与相关方面

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

的证据，发卡银行方面如果试图以信用卡诈骗罪等刑事诉讼的罪名与债务人对簿公堂，在国内的各级法院可能完全不会支持发卡银行的诉讼主张，并且还会直接认定：信用卡、现金卡卡债是一般借贷的债务纠纷。但是，几乎所有的发卡银行在发给债务人的催讨法务文书中，仍不时引用《刑法》中有关信用卡诈骗罪的法律条文及刑期规定去恐吓债务人，这已经变相成为发卡银行的“法律救济”的行为，并且还一定程度上达到了他们逼债的目的！

越来越多的人开始办理信用卡，这很大程度上要归功于信用卡营销人员为获得提成所作出的努力。事实上，信用卡营销只是银行的外包公司完成的，他们并非银行职员。如果不是高额的利润诱惑，银行也不会大力推广信用卡。有些银行的信用卡中心是外包给台湾人做的，看看台湾地区的“卡奴”的境况就知道台湾人有多么厉害了。至于催款，也是外包给讨债公司的，对外名义是“某某律师事务所”。

就有媒体曾经曝光过这样的事例：某发卡银行为了逼债，竟然收集持卡人亲属、朋友的电话信息，然后委托催债公司，以律师事务所的名义，向他的亲属、朋友轮番打电话，还发送骚扰短信。这件事情被曝光后，调查的结果是，这家发卡银行将超过三个月以上未收回的债务认定为“死账”，并且通过内部关系承包给一些催债公司，催债公司每收回一笔款项，都会有巨额的提成收益。难怪这些催债公司在催收信用卡债务时会无所不用其极！

一些催债公司的工作人员估计小学文化都没有，也敢说自己是“律师”，也敢说“法”！只要消费者多问他们几个问题，就一个法理也说不出来了。他们唯一擅长的，恐怕就是打催款电话了！

收到催债公司的恐吓性信件或电话，作为信用卡持卡人唯一能做



金融界不告诉你的真相

的，就是要求对方提供他的姓名、单位，并详细记录下对方的电话号码，通话记录也要录音备用，你一时要查看他们的证件，他们就会原形毕露。当然，你也可以向发卡中心投诉，但如果催债公司与信用卡中心关系较好，你投诉也是无用的。

而身背几十万卡债的债务人，面对发卡银行的各种逼债的手段，往往惴惴不安，不知如何是好。这对债务人的工作、生活已经造成了严重的伤害！

无论消费者欠信用卡卡债100元还是100万元，发卡银行都会用同样的态度催讨，因为欠款不管是100元或是100万元，债款的性质没有任何不同；而发卡银行发行信用卡的目的就是要主动借钱给消费者消费，以便赚取手续费及利息，所以在主观上就与信用卡诈骗等刑事犯罪无关。

银行与商家联手赚得更多

信用卡市场中，发卡量最大的就是联名信用卡，其中商场、酒店联名卡又是重要主力。人们选择商场、酒店联名卡，无疑是为了得到更多的实惠，而面对林林总总令人眼花缭乱的联名卡，我们该怎样选择适合自己的联名信用卡呢？

联名信用卡是商业银行与各大商场、知名品牌企业或知名网站联合发行的信用卡，它可以让持卡人在银行和联名机构消费时，都能享受到优惠。即消费者通过办理一张银行和商场联名的信用卡，就可以同时享受到商场会员优惠以及银行信用卡金融功能。这种双卡合一的模式，正成为银商联合的新趋势。



第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

对于商家而言,联名信用卡将信贷关系转到银行与顾客之间,交易后商家很快就能从银行拿到货款,资金周转速度在银行的参与下大大加快。此外,商家还可共享银行客户资源,绑定商业信用与金融信用,提升自身品牌形象。

而对于消费者而言,与其他形式发行的信用卡相比,联名信用卡具有申请门槛较低的特点。一般消费者只需要去银行申请,通过信用审核就能获得这种联名的信用卡了,而商场原有会员也可以去银行申请办理这种联名信用卡,会员原有的积分将会保留。此外,持卡人还是商场的VIP顾客,可以享受免费停车、消费积分、消费打折等优惠。

按理说,联合信用卡有这么多的好处,对于消费者来说应该很划算才对。但由于联名信用卡种类很多,办理多张联名信用卡,也有可能产生更多的年费。因此,在办理信用卡时,宁可多花点时间,也一定要看清楚需要签署的各份文件的内容,不要多签其他无关文件,以防别人盗用你的个人信息和签名去申请办理其他的信用卡。

现在国内的办卡极为混乱,一些银行业务员为了完成办卡指标,而违规操作推行“买一赠多”,诱导客户在申请办理信用卡时,稀里糊涂地签署多份文件,其实这些经用户签署的文件很有可能是办理其他信用卡的申请表格。申办一张信用卡,往往只需要填写姓名住址,再复印一张身份证即可。在银行寄送信用卡时,明明只申办一张,却会附送五六张附卡。而且这些附卡全都要付年费,一张100元,一年就是五六百。

因此,虽然联名信用卡在表面上可以给消费者带来便利,但如果消费者想获得某几个商家的优惠,则必须分别办理不同的联名卡,达不到“一卡多能”的目的,反而给持卡人增加负担,并限制了他们选择产



金融界不告诉你的真相

品和获取服务的空间。而出门购物时，还必须携带多张联名卡。如此一来，消费者手中就会积累很多“睡眠”的联名卡，造成资源浪费。另外，各银行纷纷抢夺可能的联名卡发卡阵地，有时甚至出现几家银行同争一个商家的局面，这不但增加了银行的运营成本，而且也使合作门槛不断降低，联名商家良莠不齐。

另外，“买一赠多”不仅仅是促销员为了完成办卡指标而违规操作这么简单，其背后还关系到银行巨大的商业利益。许多银行与商家推出的联名信用卡，只要持卡人刷卡消费，银行就要按一定比例向商家收取结算费。持卡人刷卡消费越多，银行获利越大。持卡人一般先有一张普通卡，然后银行就会发放多张联名卡，而无论有多少张联名卡，其透支额度与原来的那张普通卡是共用的。所以，对于银行来说，风险并没有增加；而对持卡人来说，多了好几个单独账号，如果刷卡次数不够，就会产生年费，而如果刷卡，那么消费次数就成倍增长，银行的收益也跟着成倍增长。

2006年8月，中国银监会曾发出通知，禁止银行与商业机构发放联名储值卡。目前，银行与商家联名发行的这种信用卡并不属于禁止发行的范围。不过，消费者在拥有越来越多的便捷和灵活理财选择的同时，无论是商家、银行还是持卡人，在目前国家还没有针对这类联名卡作出限制性规定的情况下，应注意防范其可能产生的各类风险。

重视信用卡的持卡人签名

在一次“2009银行卡安全中国行”专题的调查问卷中，对“您的



第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

信用卡是设置密码，还是使用签名作为主要确认凭证”进行调查时，调查数据显示，有54.4%的人选择了“密码加签名”，有30.4%选择只用“密码”，只有15.2%的人选择“签名”。可见，大部分信用卡持卡人都习惯于输密码或者既签名又输入密码。而事实上，正是因为输密码这一动作，让犯罪分子有了可乘之机，从而使信用卡更不安全。

为什么“信用卡不设密码更安全”？这是因为几乎所有银行的信用卡章程中都规定：“凡使用密码进行的交易，均视为持卡人本人所为。依据密码等电子信息办理的各类结算交易所产生的电子信息记录均为该项交易的有效凭据。凡未使用密码进行的交易，则以持卡人签字的交易凭证为该项交易的有效凭证。”换言之，交易时只要使用了密码，银行均视为持卡人本人所为，发生的损失银行概不负责。如果没有使用密码进行交易，只有凭持卡人的亲笔签字才有效，如果不是你签的字，无论别人怎么模仿，责任都不在持卡人。

按照国际惯例，信用卡并不设置密码，刷卡消费时仅以收银员对照银行卡磁条信息以及卡上的签名与刷卡人在签购单上的签名是否一致为确认依据，收银员的规范操作和责任意识无疑对维护交易安全起着至关重要的作用。西方是信用卡消费的社会，对于签名的核对认知已经形成一种习惯，但在国内，无论是商家还是消费者，对于信用卡签名的认知程度比较淡薄，比对信用卡签名只是一种形式。所以，采用签名方式也并非绝对安全。

新办的信用卡，一般在背后都要求持卡人签上自己的姓名，如果刷卡人在签购单上的签名与信用卡背面的签名不一致，在刷卡交易的时候，商户可以视笔迹不同而拒绝受理持卡人的刷卡消费。这其实是保护持卡人信用卡的一个重要方式。



金融界不告诉你的真相

陈先生就曾经有过这样一次经历。五一期间，他在某商场购物后用信用卡结账时，突然刷不出来。于是，他向朋友借了一张信用卡。但是商场的营业员只要求他签名，并没有核对签名是否与信用卡上的签名一致，也没让他出示身份证就直接把消费单据给了他。拿着消费单据去领取商品的时候，他突然想到，如果信用卡不小心丢失被他人冒用了，谁为信用卡里的资金安全负责？

陈先生的担心并不是多余的。杭州的蔡先生钱包丢失不到20分钟，其信用卡就被小偷刷掉一万多元。而商家无一发现小偷的签名与信用卡上蔡先生的笔迹有什么不同，致使每一单刷卡交易都顺利成交。

无独有偶，正在忙着结婚装修的徐小姐也碰到了这样的情况。因为工作忙，买材料的任务都落在了丈夫杨先生头上。杨先生每次都拿着徐小姐的信用卡到处刷。“超市、商场、家居卖场，只要买东西的地方能刷卡的，他都刷，刷好后签下我的名字。”徐小姐说。而所有收银员都没有对签名的差异提出过疑问。

事实上，在一些大型商场、超市，大部分商家对于信用卡都是“一刷了之”，并没有严格核对信用卡上的签名。许多收银员在持卡消费的顾客尚未在账单上签名前就已将信用卡归还，很少看其信用卡背面的签名，更谈不上核对签名是否一致。

很多信用卡用户在刷卡消费时都有这样的感觉，商家并不认真核对签名。这让很多人感到担忧，尤其在只凭签名便可消费的今天，信用卡一旦丢失，谁能为用户的资金安全把关呢？

湖南株洲市民龚先生发现自己的信用卡被盗刷后，就将商家起诉到了法院，要求商家全部赔偿自己的损失。法院经审理认为，商家未完

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

全尽到审核持卡人的签名与信用卡预留签名是否一致的义务，导致龚某的财产受到侵害，应就此承担民事责任。而龚某作为信用卡的合法持有人，也存在未妥善保管的过错，应承担相应的责任。据此，法院判决，商家的过错大于龚某的，故应承担龚某60%的赔偿责任，龚某的其他诉讼请求被驳回。商家在履行了赔偿责任后，一旦公安机关侦破此案，可直接就相应款项向冒用信用卡的人主张清偿。

和很多信用卡被盗刷的人相比，龚先生是幸运的，因为能得到商家赔偿的毕竟是少数人。

从法律角度来说，持卡人信用卡丢失以后，持卡人是否保留有信用卡背面的签名样式是一个关键证据。一般的持卡人没有这个意识，所以要获得法律的赔偿有时是很困难的。2005年11月，招某遭郑某等人绑架期间，其银行信用卡在某酒店分五次刷卡消费，金额合计17938元。2006年7月，招某遭绑架一案经广州市天河区人民法院审理后，招某银行信用卡在某酒店消费17938元被认定为罪犯所为。招某诉至法院请求判令某酒店赔偿其经济损失17938元。

法院经审理认定，由于招某未能提供涉案信用卡背面的预留签名，也未能提供其他证据，如信用卡在被抢前成功消费的签购单。如果有，就可以凭签购单“持卡人签名”一栏中的本人签名，作为判断冒用信用卡人在该案签购单上的签名与涉案信用卡背面的预留签名是否一致的依据。即招某没有任何证据证明信用卡背面的预留签名，进而没有任何证据证实某酒店未认真核对冒用信用卡人的签名与信用卡背面的预留签名是否一致，从而存在过错。故招某主张某酒店未尽合理审查义务导致其经济损失的证据不足，要求某酒店赔偿其经济损失缺乏事实依据，





金融界不告诉你的真相

故法院不予支持。

民众首先要注意留存信用卡申领表和消费签购单据，以有效维护自身合法权益。在信用卡被盗或丢失，合法持卡人在客观上无法提供信用卡背面的预留签名的情况下，法院推定信用卡丢失前成功消费的签购单上的签名或信用卡申领表上留存的签名字样与被盗信用卡背面的预留签名相符，可作为判断冒用信用卡人在争讼签购单上的签名与涉案信用卡背面的预留签名是否一致的依据。

如此专业的问题，对于普通的消费者来说，要想完全理解，有点儿勉为其难。因此，想通过签名使信用卡的安全得到保障，根本是天方夜谭。唯一可行的办法，只能是像保护你的现金一样保护你的信用卡的安全。就交易的安全性来说，使用信用卡还不如使用一般的银行卡安全，而一旦遗失将会带来极为严重的后果。

用现金打折购买，比用信用卡更划算

经济学中有个专有名词：泡沫经济。什么叫做泡沫经济？就是在经济发展的过程中，盲目投资以及过度消费造成经济迅速膨胀，给经济发展带来潜在的危险。举例来说，在股票市场上最容易出现泡沫现象！原因是由于投资人的过度炒作，使上市公司的股票本益比明显偏高，股票价格不合理地飙涨。在“居高思危”的情绪驱使下，只要有一会儿风吹草动，股市就有可能造成崩盘，整个股票市场的交易呈现出极不稳定的状况，这就是典型的股市泡沫化。

人类历史上，有关“经济学”的文字记录，早在2200年前中国汉

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

武帝时的《史记·货殖列传》以及东汉时期的《汉书·食货志》就有了；而西方的古典经济学在300年前就出现了，现代经济学则在20世纪初问世。但在这段漫长的人类历史中，都没有泡沫经济的记录，甚至连泡沫经济的概念都没有。直到50多年前第一张信用卡（记账卡）出现之后，市场上的经济活动出现了微妙的变化：交易可以不必“银货两讫”。先消费后付款的形式让市场的经济活动快速成长，大大地刺激了市场经济中的一种“假性需求”，使得经济增长的速度由快速变成了膨胀，进而形成了泡沫化的状态。所以，泡沫经济是信用经济下的典型附产品，而信用卡消费又是信用经济时代最具代表性的方式。因此，可以说，信用卡消费只会垫高商品交易的价格基础，如增加了信用卡手续费以及循环信用的利息等。

如今，越来越多的美国人选择现金消费，替代信用卡透支消费。大多数美国人的信用卡使用额度已经达到上限。为了在金融危机时期更合理地规划支出，使用现金支付对他们来说应该是更明智的选择。与信用卡支付相比，现金和借记卡交易增多，其中一个重要原因是信用卡发行单位通过削减信用卡支付额度、增加手续费，使人们的信用卡可用额度不断下降，而能按时还款的消费者同样不例外——也在不断减少。

这种改变结束了美国人长期以来对信用卡使用的偏爱，是金融危机以来出现的消费行为方式的改变。它将在今后很长一段时间内对美国人的购物习惯产生影响。有人指出，未来即使美国经济复苏，信用卡使用权限放宽，美国人可能还会继续选择这种现金支付方式。

事实上，使用信用卡消费，消费者的确也享受不到什么特别的购物优惠，就算是消费者拿着信用卡用分期付款的方式购买打折商品，一





金融界不告诉你的真相

般都要比使用现金的消费者多支付3%，而这3%就是信用卡的手续费。相信很多消费者都有过这样一种经历——在很多的商品特卖中，消费者是不能使用信用卡而只能使用现金消费。这种情况说明了现金比信用卡好用，现金也比信用卡来得实惠。显而易见，在人类的经济活动历史中，这场由信用卡所带动的消费方式的革命，是不完美的，是失败的！原因是金融机构在信用卡这种消费工具的身上，获取了太多虽然合法却明显不应得的利益，让信用卡变成了一种不值得信赖，甚至是根本毫无信用的消费工具！

消费者要想致富，先要戒掉信用卡

消费者在日常生活当中，需要“戒掉”的东西，通常是指生活中的坏习惯；只有不好的东西才需要用力摆脱，所以叫做“戒掉”。信用卡在消费者的消费行为之中，就属于一种不好的消费方式，因此应该极力避免。

信用卡之所以会变成消费者理财致富的杀手，除了信用卡本身的游戏规则以及功能设计非常不利于消费者之外，最致命的还是信用卡的设计用意！信用卡的出现带动了消费市场上的消费方式的革命，其目的就是鼓励消费者“努力”消费。若是消费者没钱也无妨，使用信用卡可以“先享受、后付款”，这种情况直接导致消费者的信用卡快速膨胀，并且一步步走向破产！

例如，刘先生今年年初在银行申办了一张信用卡。经过连续申请，透支额度由最初的2万元提升到5万元，而且还批准了一个很高的临

第三章 象征信用经济时代的衍生性金融商品——信用卡

时透支额度。透支额度的快速提升，大大刺激了刘先生的消费热情，在三个月的时间内，他近乎疯狂地进行透支消费，透支消费额度累计高达20余万元，因而也付出了2000多元的透支利息。

信用卡鼓励消费的精神与理财致富的正常做法背道而驰，毫无疑问，要致富就不能使用信用卡，使用信用卡是绝对发不了财！为什么使用信用卡就不能发财？难道说不使用信用卡的循环信用也不行吗？当然不行！

消费者使用现金消费，试问，皮包里能放多少现金呢？千万不要轻视了这个小动作，这个小动作就能有效地帮消费者掌握好消费预算，避免许许多多不必要的、随机性的消费行为的发生。从理财的观点而言，这种不必要的、随机性的消费行为都叫做“浪费”。然而，使用信用卡消费就会大大地增加了不必要及随机性消费行为发生的概率，因为消费者使用信用卡消费，不管是否使用信用卡的循环信用的功能，都等于是把发卡银行放在皮包里买什么都可以，就算不必支付高额的循环利息，自己的钱也被刷光了！

理财致富有两点非常重要的做法：一是开源，二是节流。

开源不是想开就可以开得成的，属于客观的形势成之于人；节流则是主观的意愿，操之在我。如果消费者无法做到有效开源，但能踏踏实实做到不浪费，即使是无法因此致富，至少也不会被还不完的债务纠缠困扰。

俗话说：“大富由天，小富由人。”那么，小富由人该怎么做呢？

做法有很多，凡是对改善消费者的财务状况有裨益的方式方法都行。但有一点，如果消费者无法戒掉使用信用卡，那么无论怎么做，最

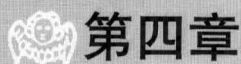


金融界不告诉你的真相

后的结果肯定是“竹篮打水一场空”！因为习惯使用信用卡的消费者是很难存钱的，如果没有存款是不可能富有起来的。消费者想要脱贫致富的第一步，就是储蓄，而信用卡则是想方设法地不让消费者储蓄，非但如此，还一门心思、千方百计地赚消费者的钱。所以，消费者必须清楚地认识到使用信用卡对于个人财务管理的危害是多么地严重！若是不戒掉使用信用卡的习惯，想要脱贫致富恐怕是越脱越贫！



第四章 金融机构的印钞机——共同基金



第四章 金融机构的印钞机—— 共同基金

金融机构把金钱游戏玩到登峰造极的产品就是共同基金。不过，在名目繁多的衍生性金融商品之中，能够创造出金融机构与消费者双赢局面的也就只有共同基金了。然而，最主要的获利者仍然会是金融机构，消费者在一旁捞一点散碎银子也算是有利可图了！

至少不会像信用卡，消费者若使用信用卡理财，那是肉包子打狗，有去无回。一般而言，共同基金理财是有稳定获利的，如果操作得当的话，获利是几倍或几十倍的定存都有可能。

为什么共同基金会有丰厚的获利出现？

在金融市场常见的衍生性金融商品之中，最具代表性的衍生性金融商品是保险，最典型的衍生性金融商品是信用卡。不过，保险是属于强调风险性质的补偿性的衍生性金融商品，严格说起来，理财的目的并不强，当然实际的理财作用也就不大了；至于信用卡，根本就只是一种新的消费工具而已，与所谓的理财毫无关系，所以不可能为消费者创造出利润来。相比之下，只有共同基金是正儿八经、不折不扣的理财工





金融界不告诉你的真相

具，虽然共同基金在众多的衍生性金融商品中是那么的不起眼，但却是实实在在让消费者获利的一种衍生性金融商品。

共同基金是金融机构所设计出的少数以赚钱为目的衍生性金融商品，自然，在资本市场上所能看得到的资本操作手段，在共同基金身上都会出现。因此，说共同基金的运作是最完美的金钱游戏一点都不为过。虽说共同基金是以赚钱为目的，消费者也不要一厢情愿地认为：共同基金能为消费者赚进大把大把的钞票，如果消费者这么认为可就大错特错了！

共同基金的目的虽然是赚钱，然而并不是替消费者赚钱，而是为金融机构自己赚钱，并且是用消费者的钱来赚金融机构自己的钱。也就是说，操作风险是由消费者承担的，但投资获利则由金融机构先得。这样的说法一点都没有冤枉金融机构。试问在资本市场上听说过因为操作失败而破产倒闭的基金公司吗？从未听说过！

举例来说，2008年3月，因为受到美国次级房贷风暴的冲击，全世界资本市场排名前几位的美国凯雷投资公司（私募基金），其公司旗下的基金由于无力赎回而破产。请注意：凯雷投资公司的基金虽然破产，但是凯雷投资公司仍然存在，可以照常运作，那些破产的私募基金的资金是谁的？是投资人的，不是公司的经营资金，所以受损害的只有投资人！虽然同样都是金融机构，但投资公司与银行大不相同——投资公司完全不接受存款，所以根本没有被挤兑的压力，而所接受的资金都是“投资”的性质，风险当然是由投资人自行负担，投资公司如果操作不利造成损失，赔掉的是信用而不是钞票。

在绝对赔不到公司资金的前提下，共同基金意外地成为金融机构的印钞机！共同基金也成为金融机构主力营销的衍生性金融商品。或许有人会质疑这种说法，在美国次级房贷风暴中，为什么包括花旗银行在

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

内的美国许多银行都亏损累累？

请注意：花旗银行造成亏损的主因是次级房贷业务，并不是因为共同基金。但花旗银行将次级房贷业务包装衍生性金融商品销售给欧洲、日本、中国香港、新加坡等地的各大银行，所造成的重大损失就是投资操作失败的问题，这里面有些是用共同基金的操作方式，有些则是银行本身的投资行为，内在问题非常复杂！

银行强打的基金，不一定是绩效最好的基金

基金在近几年中国证券投资界迅速火热起来，吸引了众多投资者的眼球。其主要原因有两点：一是从2005年6月至2007年10月，短短两年时间，上证综合指数从最低点1000点上涨到了最高点6000点，涨幅高达500%，期间不少参与中国股市的投资者获得了丰厚的回报；二是国内股票型基金，尤其是一些优质股票型基金的回报率超越了上证指数的涨幅，达到800%~1000%。这种财富快速、大幅增值的故事，在国内股市火热时成为投资者每天见面的即兴聊资。

“炒楼，我没有那么多资金；炒股票，我没有那么多时间和精力天天去看盘——你说我那点儿钱不买基金还能干啥，放在银行睡觉呀？而且那么多人都赚钱了，难道我买了就会亏吗？”这是“基民”购买基金的一致认识。正是类似这样的投资者蜂涌入市形成“羊群效应”，造成了基金在2006年底、2007年初的火爆。

目前在资本市场上所出现的投资理财商品中，除了股票以外就属共同基金与消费者的关系最为密切，随着国内金融市场的逐步开放，国





金融界不告诉你的真相

内投资者除了能投资中国本地的共同基金外，还可以投资海外共同基金，这对国内投资者分散投资风险、提高投资回报起到了积极的作用。几乎所有从事投资理财的消费者都会申购共同基金，因为共同基金是以赚钱为目的衍生性金融商品，可是消费者在申购共同基金时，千万不可以掉以轻心！

先简单的介绍共同基金是什么。所谓共同基金，就是指不特定投资人将资金交给基金经理人进行投资。而共同基金按照不同的资金招募方式与管理规则，可分成两大类：开放型共同基金、封闭型共同基金。

基金管理公司就是这种合伙投资的牵头操作者，不过它是个公司法人，资格要经过中国证监会审批的。基金公司与其他基金投资者一样也是合伙出资方之一，另一方面由于他牵头操作，要从大家合伙出的资产中按一定的比例每年提取劳务费（称基金管理费），替投资者代雇代管理负责操盘的投资高手（就是基金经理），还有帮高手收集信息搞研究打下手的人，定期公布基金的资产和收益情况。当然，基金公司这些活动是证监会批准的。

为了大家合伙出的资产的安全，不被基金公司这个牵头操作者偷着挪用，中国证监会规定，基金的资产不能放在基金公司手里，基金公司和基金经理只管交易操作，不能碰钱，记账管钱的事要找一个擅长此事又信用高的人负责，这个角色当然非银行莫属。于是，这些出资（即基金资产）就放在银行，建成一个专门账户，由银行管账记账，称为基金托管。当然，银行的劳务费（即基金托管费）也得从大家合伙的资产中按比例抽一点按年支付。所以，基金资产相对来说只有因那些高手操作不好而亏损的风险，基本没有被挪用的风险。从法律角度说，即使基

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

金管理公司倒闭，甚至托管银行出事了，向他们追债的人都无权碰大家基金专户的资产，因此基金资产的安全还是有一定的保障的。

如果这种公募基金在规定的一段时间内募集投资结束并宣告成立（国家规定至少要达到1000个投资人和2亿元规模才能成立），就停止不再吸收其他的投资者了，并约定大伙谁也不能中途撤资退出，但以后到某年某月为止，我们大家再算账散伙分包袱，中途你想变现，只能自己找其他人卖出去，这就是封闭式基金。

如果这种公募基金在宣告成立后，仍然欢迎其他投资者随时出资入股，同时也允许大家随时部分或全部撤出自己的资金和分得应得的收益，这就是开放式基金。

不管是封闭式基金还是开放式基金，如果为了方便大家买卖转让，就找到交易所（证券市场）这个场所将基金挂牌出来，按市场价在投资者间进行自由交易，就是上市的基金。

根据投资专家的经验，要在投资中做到起码的分散风险，通常要持有10个左右的股票上。投资学上有一句谚语：“不要把你的鸡蛋放在同一个篮子里”。然而，中小投资者通常无力做到这一点。如果投资者把所有资金都投资于一家公司的股票上，一旦这家公司破产，投资者便可能尽失其所有。而证券投资基金通过汇集众多中小投资者的小额资金，形成雄厚的资金实力，可以同时把投资者的资金分散投资于各种股票，使某些股票跌价造成的损失可以用其他股票涨价的赢利来弥补，分散了投资风险。

消费者在这两大类的投资理财商品中做选择并不困难，因为消费者如果不符合相关的管理规定，就算是本身有意愿法律也不会同意，弄到最后也是白忙一场；难就难在投资理财商品的具体细目选择。如果消





金融界不告诉你的真相

费者选择投资私募基金的话，基本上是要碰运气，因为私募基金的经理不会告诉投资人，基金具体的投资标的以及实际的获利率，消费者必须抱着绝对相信基金经理人的态度，否则这样的投资很难成交；而公开型共同基金与连动债虽然有很多相关的公开信息可以供投资人参考，但是在实际的操作技术上仍然存在着许许多多的问题。

就以申购共同基金为例，知道共同基金总共有多少种吗？多如牛毛！

做个简单的模拟，若是消费者真的想知道有多少共同基金的话，去统计一下国际资本市场上有多少类型的股票就可以了，因为共同基金是为了投资股票市场应运而生的投资理财商品，所以，在原则上，有多少种股票就会有多少种共同基金。那么，在这么多支共同基金的投资理财商品中，孰优孰劣？如何才能做出最正确的选择？这一直是最让消费者最头疼的问题！

尽管在资本市场上有很多学术研究报告：如申购基金的“四四三三法则”、GGF星级平等法，还有夏普风险指数、贝他系数等可供投资人参考，可如此学术化的报告有多少投资人会研究？就算有人会去研究，能搞懂的又有几个？

坦白说，这些学术研究报告的立意虽然很好，但不切实际！消费者在申购共同基金的时候，面对理财专员只会问一个问题：哪一支基金最赚钱？什么“四四三三法则”、GGF星级平等法早就已经忘到九霄云外了，唯一可供参考的选择信息就是理财专员的“建议”。于是，问题也跟着来了：理财专员的“建议”真的百分之百让人相信吗？

银行所强打的基金确定就是绩效最好的基金吗？这些答案都不可能是否定的。举例来说，从2004年开始在资本市场上热卖的房地产型基金（REITs），就是各大银行热销的共同基金，广告词鲜明地指出：每

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

个月花一点钱，就可以成为纽约、东京、巴黎，伦敦的房东。这掀起了消费者的投资热潮，争先恐后地申购REITs基金，各大银行扎扎实实地赚了不少钱，可是才两三年的光景，由于受到美国次级房贷风暴的影响，REITs基金的投资报酬率呈现“自由落体”的走势，一路下滑，惨不忍睹，绝大多数的投资人赔得血本无归！

这同时也打破了申购共同基金比起投资股票相对安全的理论，很多REITs基金投资人的投资已几近“归零”！这些残酷现实的教训真的值得引起投资人的警惕！

管理费使基金公司包赚不赔

在生活中，如果有人以比别处高的收益和专业玩钱的高手等理由请你把钱交给他来打理，之后你却忽然发现，这笔原本所有权利都属于你的投资，它的知情权、表决权、投资方向权都不再属于你，连收益权都变得捉摸不定，而你却无法质疑。高额佣金不管是否亏钱都会按时被人截留……这个时候你的第一反应会是什么？当你准备因此而诉诸法律时，法律却告诉你：只要你们之间的契约一成立，你对该项投资的所有其他权利就在约定中被剥夺了，而这是被法律认可的“合法”行为……在这种情况下你会怎么做？

也许你的第一反应是打110，报告有人非法集资，也许你的第二反应是向消保委投诉，举报有人违反合同法、用霸王条款行使欺诈，也许你的第三反应是寻求司法援助和行政诉讼……

但是，当你发现你面临一个完整的法律屏障，使得对所有侵权的





金融界不告诉你的真相

行为投诉无门时，也许你只能落荒而逃，不得不远离这个是非之地。

然而现实却是你想逃都逃不掉——这不是一个假设的故事，也不是危言耸听，这就是中国基金业的现实。

目前基金的持有者除了散户以外，还有金融机构、保险机构等。这就对投资收益权以外的表决权、投票权、参与权和知情权提出更高的要求。目前的基金组织结构形式、治理结构和监管及法律规范都远远跟不上市场的发展。

中国现有基金都是契约型，基金的设立和运作，全依赖于—纸契约。但地球人都知道，古今中外完备的契约在现实中并不存在，更何况中国的基金契约是格式化合同，它的格式受政府监管部门的审核、监管与核准。基金合同中只引导投资者关注收益率，而对于权责规定的漏洞、信息不对称形成的霸王条款、利用单边的强势地位造成有欺诈嫌疑的行为等却没有充分的陈述和提示……目前，这种缺少充分提示和市场化谈判余地的契约本身就似乎与《合同法》有抵触之嫌。

从20世纪90年代后期开始，中国证券监管部门出于对新兴市场的投机性和不稳定性特征的担忧，开始大力、超常规发展机构投资者。经过这几年的超常规发展，我国的基金业净资产总规模已超过4400亿元，持有股票市值已经占到股票流通市值的22%以上。

但是，中国基金业有一个非常奇怪的现象：

2005年上半年，我国基金业六成亏损，基金管理公司管理费收入增长幅度依然保持强势。具有可比性的31家基金管理公司管理费收入同比增长幅度达到67.8%，有7家基金管理公司管理费收入增幅同比超过100%。

这一正一反的强烈对比，使人不禁对我国基金业初衷为“职业经

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

理人专业代客理财”“稳定市场减少投机”“让客户减少风险提高收益”等诱人的高尚目标产生了些许怀疑，对近几年大规模、高速度、超常规、风起云涌的基金业扩张产生了疑惑。

目前基金管理费多数采用按基金净值1.5%固定提取，而且这种管理费提取的比例是由行业内自我确定并得到政府和法律认可的，而且基金不管是否面临发行后的巨大赎回压力，只要钱过手就预先留下了管理费。固定提取造成的直接结果就是赚钱赔钱一个样、分红多寡一个样、每个月自动往自己账户里扒拉钱。基金管理公司注册资本多为1亿元左右，而基金管理公司所控制的基金净值规模多在50亿~100亿元，甚至更大。如果再发行些新品种，注册资本为1亿多元的基金管理公司每年旱涝保收的管理费就会在1.5亿元，甚至数倍于此。

这就是近几年中国基金市场中基金持有人欲哭无泪、基金管理人数钱数到心花怒放的巨大反差的由来。

你所看到的基金净值，不见得是真正的基金绩效

在资本市场上所有的投资理财商品价值，都是随着“跌赔涨赚、贱买贵卖”的市场行情上下浮动，而投资人就是专注于投资理财商品的指数行情，来掌握市场的走势与脉动。只要是投资理财商品就一定会有显而易见的指数行情，让投资人能够一目了然。

比方说，投资人在买卖股票时，股票都会清楚地标示出每日的买





金融界不告诉你的真相

进卖出价格，投资人自行斟酌衡量进场出场的时机，而投资损益等绩效、赚多少赔多少，投资人都可以完全掌握。除了股票以外，买卖期货、原材料商品、能源商品或是黄金钻石等避险型商品等都是同样的，商品每日的市场行情投资人非常清楚，只有申购共同基金不是这样。

因为共同基金的投资操作手法与一般的投资理财商品不同。共同基金的投资操作不是投资人亲力亲为，而是委托专业经理人操作，此外，共同基金锁定的投资标的都是组合型的投资标的。如以投资股票为例，一般投资人投资股票是以一支一支的方式进行，而共同基金投资股票则多半是以“一篮子”的方式进行，况且共同基金可以作为投资标的的可谓多如牛毛，凡是市场上的各种物资、各类的衍生性金融商品、各种合法的经济活动都可以成为共同基金的投资标的——共同基金的标的不但非常复杂，而且还极具多样化。

举例来说，2004年以后所谓的新兴市场在国际资本市场上逐渐崭露头角，对于新兴市场的各种投资也成为市场上关注的焦点，当然共同基金也锁定了新兴市场，这几年以新兴市场作为投资标的的共同基金，在资本市场上成为热销的衍生性金融商品；然而所谓的“新兴市场”却只是个经济市场的概念名词，那是多个经济新兴国家的一种组合，如东盟十国、韩国、中国、印度、俄罗斯、巴西等，中美洲及东欧国家都是所谓的新兴市场的范围；而共同基金以新兴市场作为投资组合，实际的投资标的肯定是非常复杂的！投资人真的想要全盘了解投资组合有着技术上的困难性，这就是投资共同基金的特殊性。

凡是不能掌握到的第一手数据，很难确定数据的真实性。投资人申购共同基金之后，就无法参与实际的投资操作，而对于共同基金的投资绩效，投资人也只能从基金公司定期公布的基金净值来了解投资效

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

益，但值得注意的是，所谓基金净值并不等于实际的基金投资绩效。一支共同基金的实际投资绩效只有基金投资操盘手以及基金公司知道，而基金公司所公布的基金净值是否是已经刨掉了基金公司的获利呢？

在股市一天走势明确，尤其是明显上涨的情况下，多数基金当日的净值存在有明显的“不确定”性，就算今天股市大涨500点都没有用，基金公司仍然可以在晚上开个会，讨论一下，再公布到底今天的净值是多少——从很多基金是非常晚才公布净值这一点就可以看出，这个净值不是算出来的，而是讨论出来的。

说穿了，讨论也好，晚公布也好，只是想看看人家公布多少，然后，就是算算今天能够藏起来多少利润。这一点在大盘猛涨的时候最明显。因为如果当天股市一直是大涨，那么，有件事是非常确定的，那就是当天赎回的人肯定多一点，当天赎回的压力会增加，而基金公司是摆明不会公布个最合理的净值给大家的，必定要把利润“封存”一部分。只要你赎回，就等于损失了那一块封存的利润。

同样的道理，如果你感觉今天是时候抄底申购了，金融机构又会突然把净值抬高。就像在封闭期到前的一两天，会故意的抬高净值一样，这样，造成你申购的成本增加。当然，同样的，手续费也有一点增加。

“集腋成裘”这句话，大家应该都知道。试想如果一个季度，某基金赎回和申购转来转去后加起来的总额为300亿，而由于基金公司“操作得好”，一次次藏起来的利润，加起来比例也不小吧，就算有4%~5%的利润是被封存的，也就是说，基金公司最少明赚你10亿元。再加上申购和赎回的手续费2%，基金公司不肥才怪呢。这只是利润之一，公布的净值和“可能”的净值之差。

基金公司在股市的操作，简单到一天来说，应该经常会有大量买



金融界不告诉你的真相

入和抛售股票的情况。而这个钱是没人知道的，更不知道最终成交的价格是多少。例如，有一支基金的走势图突然出现断线，而这个断线，是只有往下，而没见到跳高的。那摆明是所持股票的数量有明显的变化，而且这支基金居然能够一下跌20%多，那只有一个答案，那就是当时最少抛出了20%多的股票，而且已经成交了。

现在问题出来了，当时股票市场是以红为主，而且股指是正在上冲的牛市，那就是说，抛出的股票是在高位。再笨的人也知道，基金公司不可能亏本割肉大量抛售。而晚上再查，该基金居然说没赚到，晕啊，那这个抛售的股票所赚到的钱呢？大比例的股票抛出所赚到的差额，居然不显示在净值上，那“藏”得够狠了。按理说，至少这20%多的资金，在股市上走了一圈，所赚到的钱应该属于基民，但基民们居然一分没得到。

在经历了金融危机的影响之后，现在的市场又被增发的基金推高了，成了股市的“利好”消息。很多“股民”担心买股票有风险，于是转投基金，变成了“基民”。这些人似乎认为“基金”操盘手就一定比自己更高明，能得到稳妥的收益。一时之间，基金备受追捧，一批接一批地增发……成了“救市主”。但是这些“基民”恰恰忘记了，所谓“基金”投资的，正是他们不看好、不敢碰的股票！

股民信任基金，但基金真的可信么？股民有“恐高症”，不敢买了，把钱交给基金，基金却敢买——反正最后亏了，也不是“基金”承担责任。基金用的是股民的钱，挣的是手续费。股民不敢高位接盘，基金却敢拿股民的钱高位接盘，掩护热钱撤出，而且接盘价位越高，还越显得基金很能“赢利”，吸引更多的股民变成基民，吸引更多的钱高位接盘。

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

在确认熊市真正到来时，基金与股民是完全不同的。中国的股民善于“忍”，攥着就是不抛——大不了“炒股炒成股东”，这样股价还不至于跌得太厉害。但是基金或基民却不同，攥着基金和攥着股票是完全不同的概念。熊市到来时，基民如果尽早赎回基金，还能剩俩钱，赎回晚了可能一分不剩。因为基金拿着基民的钱抱无所谓的态度，你赎回多少，他就在股市抛出套现多少，越套现股价越低，股价越低，基民赎回越多，恶性循环，直到基金彻底崩盘。

最后赎回的基民，真的可能一分钱不剩。中国股民能“忍”，这是十几年来中国股市的一个重要的稳定因素。如今，谨小慎微、战战兢兢的股民变成了基民，“忍”的防线就根本不存在了。中国的股民就是这样傻，自己不敢高价买，却敢委托基金替自己买，基金拿着基民的钱高位接盘，基民还乐呵呵地认为自己赚钱了呢。所以说，“基金救市”荒唐透顶，这甚至可以说是一个天大的陷阱。

在共同基金的许多种类之中，有所谓的保本型基金、有获利保障型基金、有定期定额型基金还有其他积极型的基金等，许多种类的基金，银行（或基金公司）对投资人都有做出获利保证，而这样的获利保证是不是就等于获利能力？用肚脐眼想也知道不可能！难道说基金公司就靠每支基金“微薄”的手续费来维持公司的营运及日常开销吗？

那些纽约华尔街、香港中环的基金经理人，每天光鲜亮丽、吃香喝辣的开销从哪里来？他们买豪宅名车的钱从哪里来？要知道，基金经理人通常是没有固定薪资的，他们靠的是奖金提成，而那些奖金红利从何而来？不会是基金公司自掏腰包吧？当然是从基金投资的实际获利而来。所以申购共同基金获利分配是基金公司（银行）吃肉、投资人喝汤。



金融界不告诉你的真相

基民的利益最怕受到“老鼠仓”的侵害

有一种动物，可恨得很，那就是老鼠，不仅面目狰狞，而且行为恶劣。当然，其可恨之处就是“偷食之举，损人利己”，也难怪老鼠过街，人人会喊打。但话又说回来，偷食乃鼠之天性，无可厚非。最可恨的是，有些人也像老鼠一样，偷粮盗食，欺世骗财。对此硕鼠，喊打无济于事，唯有严厉以待，依法处之。

基金公司作为代人理财的专业金融机构，出现基金经理老鼠仓这样有损委托人利益的行为，对基金业的整体形象损害非常大。在基金行业里，所谓的“老鼠仓”是指基金从业人员在使用公有资金拉升某只股票之前，先用个人资金在低位买入该股票，待用公有资金将股价拉升到高位后，率先卖出个人仓位进而获利的行为。而参与基金投资的机构和普通基民的资金则可能因此有被套牢的危险，这显然会对基民的利益造成一定的损害。

众所周知，中国股市的特色就是无庄不成股，而老鼠仓就存在于这些大大小小的庄股当中。券商是庄股中的主力队员，利用自身具有融资的天然优势，从社会各方面融入大量资金坐庄拉升股票。坐庄本来是为了赚钱赢利的，但券商坐庄很少有真正赚钱的，原因就在于券商把股票拉升后，大量底部埋仓的老鼠仓蜂拥出货，券商又在高位接盘。这样的结果就是券商亏损累累，老鼠仓赚个钵满盆满。这便是当今券商被掏空的主要形式。

为了能顺利实现坐庄，市场中的一些主力庄家在临拉升股票前，

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

往往会提前将一些消息通知相关的个人和机构，也有部分操盘手会将消息透露给亲朋好友，使他们在第二天早上集合竞价时，于极低的价格或跌停板处填买单，然后在竞价时或盘中瞬间把股价打下去，使预埋的买单得以成交。这个过程持续时间很短，为了避免被其他人低价成交，往往以散户来不及反应的速度迅速把股价恢复到正常的交易通道里。表现在k线形态上是留下一根长长的下影线，有时候也会在开盘的时候就出现大幅跳低开盘的现象，然后在盘中形成大阳线走势。对于这类不属于机构本身的，是通过一定关系来实现低价位成交的仓位，俗称：“老鼠仓”，投资者短线及时跟进往往会有一段快速的利润空间。

其实，老鼠仓就是一种财富转移的方式，是券商中某些人花公家资金为私人资金的一种方式，本质上与贪污、盗窃没有区别。著名的垃圾股也是著名的庄股东方电子和银广夏，不知道使多少老鼠仓神奇地变成了百万、千万、亿万富翁，那他们的钱从哪儿来的呢？看看中经开最后亏损累累、资不抵债的下场大家就明白了。中经开把从中小散户那里骗取来的钱、融来的钱、客户保证金再加上自己的老本，一股脑的全转到了老鼠仓的账上。

无论是高位低位，基金在老鼠仓一样可以赚钱。比如，一支股票高位30元照样买，跌到5元，基金照样卖，卖给谁呢？卖给自己的老鼠仓，等自己的老鼠仓吸够筹码以后就拉升，拉到7~8元就通知老鼠仓出货，你们散户高位套牢永远别想解放！有的老鼠仓很猖狂，比如，自己老鼠仓的股票今天下面买盘很稀少，他就会突然向下砸5%甚至在跌停的位置卖给老鼠仓，然后又突然拉起，让老鼠仓获利。

投资者的利益就是被“老鼠仓”还有随处可见的大小非所侵害的。大小非是怎么进行的？你们知道吗，那就是要减持的大股东和基金



金融界不告诉你的真相

经理私底下谈好，基金经理用基民的钱去接大股东减持的股份。比如，一个大股东要减持1亿股，每股10元，也就是10亿元，那么基金经理用基金的10亿元去接，当然基金经理不会白吃亏，大股东要给基金经理回扣，5%不多吧，那就是5000万啊。5000万啊，一辈子不用干了，可以吃喝一辈子了。以后就算基金亏损了，也不关基金经理的事，大不了基金经理可以不干了，去做私募基金。

有些内幕是基民们难以了解到的，对外被视为“机密”严格加以保护，但在业内却是心照不宣的。市场就有这样类似的传闻：基金经理们有“帮规”，就是无论哪家基金要买哪只股票都要统一打招呼，如有哪家基金擅自买了股票，其他的基金就会联合起来砸它……砸盘亏的是基民的钱，套取的利润却进了他们的腰包。

打个不恰当的比方，买基金的人，就是把老婆送给别人，还要贴管理费！这就是近几年中国基金市场中基金持有人欲哭无泪，而基金管理人“数钱数到手酸”这一巨大反差的由来。

建“老鼠仓”违背职业经理人的一般诚信原则，是严重的职业操守问题，并涉嫌犯罪。为防控该类事件的发生，我国新《证券法》第四十三条规定，证券交易所、证券公司和证券登记结算机构的从业人员、证券监督管理机构的工作人员以及法律、行政法规禁止参与股票交易的其他人员，在任期或者法定限期内，不得直接或者以化名、借他人名义持有、买卖股票，也不得收受他人赠送的股票。任何人在成为前款所列人员时，其原已持有的股票，必须依法转让。

基金经理的亲友通过预先低价买入股票，然后用公司建仓拉升该股票，故“老鼠仓”不但没有风险，而且还能获得高额回报，但它损害了公司或基金持有人的利益，甚至有可能导致所服务的机构严重亏损。

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

德隆事件就存在严重的“老鼠仓”问题。据说，当初参与“老鼠仓”的某证券公司高管亲属获利近千万，全部套现，而德隆系股票崩盘导致至少两家证券公司倒闭和多家银行等机构损失数百亿元。

基金“老鼠仓”的获利率相当高，其利润来源中的大部分其实是对基金资产的转移。“老鼠仓”属于利用内幕信息以及运作资金的职业优势炒作股票，涉嫌利益输送和内幕交易。在巨大的利益诱惑下，一直以来，“老鼠仓”在基金界就是普遍现象，事实上，目前基金公司的员工很少有买卖股票的，只是通过何种名义或手段来购买的问题。尽管监管部门也出台了一些措施防范，但由于采用的是要求基金经理本人上报本人及直系亲属的账户资料的方式，而这一制度性的缺陷，使得对基金经理的监管形同虚设。在现实中，基金经理的“老鼠仓”不仅不会使用上报的账户，甚至连旁系亲属账户也很少使用。

在证监会查得紧的时候，基金经理人做“老鼠仓”是比较谨慎的了，但又出了新的恶报游戏，叫专业理财分成，分成收益的30%左右。在专业理财产品出来后，基金就可以不停的卖出自己手中的股票，在达到一定价位后由专业理财户吃进，然后基金再狂拉，专业理财户在高位抛掉，基金亏了基民的钱，让专业理财户赚钱，基金管理人分专业理财的利润远远大于基金管理费，这是一种合法的老鼠仓，无法监管。

还有一种不公开的心照不宣的事实，各个证券公司公开的交易费都是3%，基金管理的资金表面手续费也是3%，但实际的不足1%，多余的2%都被作为回扣给了基金管理人，基金界谁都知道，这也是基金开始疯狂短线交易的原因，疯狂的追涨杀跌。



金融界不告诉你的真相

所谓的“内幕消息”绝大部分都是假的

你的投资经理会是下一个麦道夫(Bernard Madoff)吗？不必恐慌，也不必胡乱猜测。任何投资者都可以从这宗500亿美元失踪案中吸取惨重教训。如果有人帮你推荐股票，获利后分成，承诺月收益30%，甚至达到50%、100%，你会相信吗？

其实，无论是发生在美国的麦道夫欺骗案，还是发生在中国资本市场的投资顾问类骗局，都有很多相似之处。

特别是发生在我们身边的这些投资骗局，更是值得我们警醒。上当受骗的投资者多数持有急功近利的心态，他们看重短期的蝇头小利，不在乎长期的回报，而且错误地认为短线更容易赚钱。中国股市多年遗留下来的投机坐庄的赢利情结，致使他们认为“跟庄必赢”。看到股市里每天都有涨停的股票，抓到一支又有何难？但股民们却忽略了股票市场中“知易行难”的道理。那么，我们如何避免那些投资骗局再次发生？如何选择优秀的投资经理？

首先，股票市场里没有人可以真正做到预先承诺的高投资回报率。我们分析一下前文提到的例子，“有人承诺月收益30%”，这是一个听起来多么有诱惑力的承诺，而且面对每天涨停的股票似乎显得不难做到，信以为真者大有人在。那么，笔者换一种说法：“帮你推荐股票，只要10万元本金投入，5年时间让您的资产超过比尔·盖茨，成为世界首富！”恐怕这么说，世界上没有一个人会相信吧！但前后这两种说法是一致的！我们不妨算一下，60个30%的复利倍数：689万倍，5年正好60个月，如果月收益30%，那么10万本金60个月翻689万倍就能变为

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

6890亿，如果不确信笔者的说法，你可以自己算一下： $10\text{万} \times 1.3 \times \dots \times 1.3$ （乘60个）=6890亿元。6890亿元人民币兑换为美元也有960亿，财产远远超过比尔·盖茨。看了这个数据，你还会相信月收益30%的“神话”吗？麦道夫之所以能吸引到众多投资者，据说正是因为他的许诺，无论市况如何，他都能给投资者带来持续的高回报。所以，要提防那些许诺能快速带来投资回报的人。如果什么事听起来好得让人不敢相信，那它很可能真的靠不住。

其次，只要他们提及重大内幕消息或机构操作内幕等信息，一般情况都是假的。我们首先得承认国内目前对上市公司的监管还不够严格和规范，多多少少存在一些内幕交易或违规案例，但笔者想说的是，作为大多数普普通通的老百姓股民，你凭什么能提前知道一些重大内幕信息呢？假设真有一条重大信息让你知晓了，恐怕那时地球人都知道了吧！这种“天上掉馅饼”的事会轻易发生在你身上吗？从这些能“忽悠”的投资顾问公司方面说，他们如果经常能获得重大内幕消息，那么，他们即使从最少的资金做起，现在也早已进中国富豪榜了吧，何必辛辛苦苦给普通股民打电话营销呢？这么重大的消息如果让普通人都知道了，那么传出此消息的重要人物也会变得“不重要”了吧？总而言之，随着中国的各方面制度改革越来越完善和深入，依赖制度和法规漏洞的生财之门已经越来越窄了。

另外，那些靠看技术图形、政策利好等做短线的投资公司，几年下来不仅赚不到钱，而且大部分资金浪费在交易费上。那些想在一夜间暴富的投资者可要小心了，往往是这种急功近利的心态导致上当受骗。目前投资理财市场的绝大多数公司是做短线，看技术图形，赚点就跑，亏了就卖。做短线最大的问题是不确定性很高，因为你要判断明天股价





金融界不告诉你的真相

是会涨还是会跌，可能你前10次中6次都做对了，但是从第7次开始你做错了，那么即使你前期赚到了些钱，以后的错误会亏得更多。这种风格往往迎合了这些短线股民，总想赚些快钱，所以在选择投资经理时往往也是注重短期收益，忽视长期的高额回报。就连巴菲特、索罗斯这样的世界投资大师都不能确定明日股市的涨跌，更何况普通投资者呢？中国股市这么多年走下来，坚持价值投资的投资人身家过亿的大有人在，但是从未听到过一个做短线的赚到大钱的，连长期在股市中生存下来的都少见。

投资顾问公司的骗局和手段也是层出不穷，最重要的是我们要擦亮眼睛，保持自己应有的理性和判断力。我们寻找的应该是这样的优秀投资顾问公司或是基金管理人：他们坚守着自己的投资哲学和理念，他们独立思考、言行一致并富有远见；选择认同投资理念的客户来合作；不会向客户轻易承诺任何投资回报率，也不会太在意短期的亏损与回报，但是他们有坚定的信念为投资人实现长期、可持续的财富增值目标。

银行不会告诉你，基金经理人是谁

投资人在选择申购共同基金时该注意什么？有很多有关申购共同基金的研究报告，都在告诉投资人该注意的事情，如“四四三三法则”是依据基金过去3个月、6个月、1年、3年、5年及今年以来迄今的绩效报酬，在其同类型基金中排名的相对位置，筛选出特定类型中长期绩效表现“强势稳定”的基金作为投资组合配置的参考。

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

第一个四：1年期基金排名同类型基金前1/4。

第二个四：2、3、5年以来，基金绩效排名在同类型基金前1/4。

第一个三：6个月基金绩效排名在同类型基金前1/3。

第二个三：3个月基金绩效排名在同类型基金前1/3。

除了“四四三三法则”以外，选择共同基金还有一种GGF星级平等法。所谓星级平等法，是以衡量各基金类型中，每单位的基金绩效指数并加以排序，基金绩效指数越高表示基金的获利能力越高。

尽管这些相关共同基金的研究报告再具有参考价值，仍然不是投资人在申购共同基金时所最应关注的，影响投资人申购共同基金最后成败的不是“四四三三法则”，也不是什么GGF星级平等法，而是基金经理人（操盘手）。

对于这些规则，都存在人为“炒作”因素。一家券商销售1亿元开放式基金，手续费100万元左右。但券商对销售开放式基金的兴趣，并不仅仅在手续费上。例如，券商承诺基金公司销售量的前提是基金公司向券商做出交易量承诺。假如基金公司承诺给券商10倍左右的交易量，即券商销售1亿元开放式基金，基金公司在一年时间内要给券商做出10亿元交易量，对应的券商佣金收入为200万元左右。有些情形下，基金公司甚至不惜与券商约定15倍、20倍乃至更高的交易量承诺。因为要给券商做出一定的交易量承诺，基金公司就不得不违背冠冕堂皇的“投资理念”，频繁调动资金，短线操作，甚至不惜违规操作自买自卖，只要有交易量，基金公司就能拿到更多的回扣，基金公司实际上并不管操作是赚还是亏，而且在目前的市况下很难赚钱，基金公司就只有通过增加交易量来赚钱。



金融界不告诉你的真相

很多的公募基金只靠着收管理费过日子，基金净值高低和他们没有任何关系，赚再多也是给基民赚的，他们的管理费不会因此而有丝毫的增加。同样的道理，亏再多也是亏基民的，基金公司的管理费也不会有丝毫的减少。公墓基金经理的工资加奖金的收益其实并不多，为了增加收入，经常有做私募的大腕们和基金经理联系，要求在最高位帮助他们接货，成功后再从中获取巨额的分成。

基金经理的价值投资大略是这样：基金经理或基金公司研究员先前往上市公司调研，随后估算出上市公司未来几年的收益，然后比较境内外同类上市公司并给出市盈率，最后计算出上市公司的合理价格。不过，基金建仓后，如果该股票无人问津，基金经理就要发挥“忽悠”的本事了——告诉其他投资者，这个股票值得买入。此时，基金公司的证券公司股东或和基金经理相交甚好的行业研究员可能会撰写该上市公司的研究报告并建议买入或增持。这个过程似乎和坐庄略有神似。基金经理每一次做一个板块都会提前布置好，然后花点银子打发一下那些有名气的股评家，叫他们发布一些所谓的行业发展投资报告，发布买入或者增持的投资评级，等散户们蜂拥而入的时候，他们已经撤退了。然后基金公司就会再寻找下一个目标重复以前的做法，说白了就是手持合法营业执照的庄家。而可怜的散户还在仔细研究所谓的行业投资报告。

基金公司（银行）在向资本市场兜售投资理财商品时，凭什么让消费者相信他们所设计出来的共同基金（衍生性金融商品）不是个陷阱？并且还要让投资人进一步相信这些衍生性金融商品能够赚取到利益？凭得就是专业经理人，事实上深谙共同基金投资门道的投资人都知

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

道，申购共同基金的投资观察点，不在于基金公司（银行）的门面有多大、资本有多雄厚、交易厅是多么的富丽堂皇，而是在于专业的基金经理人，因为无论是“四四三三法则”、GGF星级平等法，都必须落实到专业的基金经理人身上才会有意义，否则不过是纸上谈兵而已。

问题来了：基金公司（银行）是不会主动告诉投资人所申购的基金经理人是谁？当然更不会在基金经理人出现异动时通知消费者，但基金经理人却是影响到投资人申购共同基金成败关键所在。因为共同基金的投资是标标准准的间接投资形式，可是任何的投资行为都是要靠操作才能获利，而任何的投资理财商品或管道不可能会有自发性的咨息获利出现；但是基金经理人的更换并没有被基金公司（银行）列入公开信息提供给投资人，因此投资人也就只能碰运气了！

在共同基金的实务操作中，基金经理人负有100%的成败责任。因为共同基金的投资标的主要是以股票市场为主，共同基金在最早出现时，目的就是集资投资股市，而股市的交易行情又是瞬息万变的，稍有不慎就有可能造成投资损失，如果基金经理人不能持续而有效的操盘，三天两头换操盘手，想不赔钱恐怕都很难！而事实上，在资本市场上绩效很好的共同基金，基金公司的人事几乎都是很稳定的，不会随便便更换操盘手，目的就是要把投资操作的绩效控制在最佳的状态，以创造出基金最高的获利。

一朝天子一朝臣，当心申购到无主基金

经常更换基金经理人会严重影响到共同基金的获利能力，如果是



金融界不告诉你的真相

没有基金经理人的共同基金，会出现什么样的状况呢？在这里先说一则国内基金市场上发生的真实案例。十年前，一位投资人向国内某家银行申购了几支共同基金，在申购的头半年里还经常接到理财专员的电话，但是在后来的5年里就再也没有接到理财专员的电话了，除了每个月会接到银行的对账单以外，这笔共同基金的投资几乎已经是无人问津了！

而在这5年半的时间里，这支基金整体亏损竟高达80%，直到第6年才又有理财专员主动联络，重新配置投资组合，在接下来的4年里，不但把先前的亏损赚了回来，还倒有100%的获利。这是什么缘故呢？经过对银行进一步了解，结果发现原来的理财专员离职，而银行投资部门将这些投资案分给其他理财专员，而其他的理财专员又有自身的业务，所以这些投资就成了无人管理的孤儿被撂在一旁，这一搁就是5年，投资效益当然也就无人关心了！

在国际资本市场上的共同基金大概有成千上万支，然而由于共同基金的投资操作的方式，必然造成某些共同基金能够集三千宠爱于一身，而有些共同基金则是姥姥不疼、舅舅不爱的小可怜，这是无可奈何的。

共同基金是属于间接投资，不像股票投资那样直接。投资人买卖股票只要到证券公司开户就可以了，至于投资人想要买什么股票，证券公司虽然有很多的咨询顾问，但他们也只能向投资人提建议，而不能替投资人做决定，因为投资股票是属于直接投资的行为。

证券公司的投资顾问完全不同于基金公司的专业经理人，基金公司的专业经理人可以完全掌控共同基金投资操作的每一个细节，投资人在申购了共同基金之后，根本无法投资操作的相关细节。

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

这样说来，投资人申购共同基金的投资行为能否成功是要碰运气的，碰到一个好的经理人就能赚钱，运气不好碰到个差劲的经理人，投资人的投资权益是无法得到一点点的保障的！情况真的会有这么糟吗？这是间接投资的方式必然会造成的结果。试问：在资本市场上有成千上万支共同基金，基金公司要有多少的专业人力才能照顾？在技术上有根本做不到的问题。

话虽然是这么说，但要避免申购到“孤儿型”共同基金还是有办法的。投资人对于共同基金的投资操作方式及投资标的，真的不可以一无所知，在申购基金之前一定要做一点功课，至少对基金公司依法必须提供的公开信息一定要详细阅读了解，投资人必须要有一个正确的观念：“如果投资人自己都不珍惜自己的资金，千万不要指望别人会替你珍惜！”

基金经理人每天经手的资金数以亿计，每笔资金对经理人而言都只是个数字而已，不会有什么特别的感觉，除非在这些资金中有经理人自己的，这就是投资窍门也是投资人避免申购到“孤儿型”共同基金的不二法门——申购经理人申购的共同基金。

共同基金的资金，除了来自于一般投资大众以外，基金经理人乃至基金公司也都会投资共同基金，对于他们而言，投资共同基金就和投资股票一样属于直接投资，所以投资人只要能搭上这条线，间接投资行为也变成了变相的“直接”投资行为。那么如何才能与基金经理人申购到同一支共同基金呢？投资人必须要清楚的了解在资本市场上投资是有法则的，投资人的投资行为只要不走偏锋、逆势操作（除非投资人有绝对的把握）、不要去相信一夜暴富的可能（奇怪的投资商品），并且





金融界不告诉你的真相

顺从投资潮流进行操作，基本上问题就不会太大，因为不管是基金经理人还是基金公司，也都是本着相同的原则在进行他们的投资操作。

基金投资人无法直接接触操盘者

金融机构在资本市场上销售共同基金的时候，通常都会告诉投资人申购共同基金有许多好处，比方说，申购共同基金可以发挥出储蓄的效果，由于共同基金的投资报酬率较为稳定，可以出现聚少成多的效果，若是以定期定额申购共同基金为例：如果每月固定投资1万元，而以平均年报酬率10%来计算的话，10年后共可得191万多元，这样的利润所得远比银行定存要高得多。

如果共同基金的获利是有保障的话，当然可以对很多的人生目标做规划，如购车、留学、创业、结婚、子女教育基金及买房子等。可是要投资，除了必须顾及手边的资金量以外，还要考虑到资金调度的灵活性，如果将来要用钱的时候，资金容不容易调度。

基本上共同基金的投资，除了部分共同基金，大部分新的投资资金都有所谓的闭锁期不能赎回，通常闭锁期是1个月、3个月或半年不等，只要过了闭锁期完成相关的赎回手续，没有投资人会被刁难，因此共同基金的投资在资金调度方面并不困难。

金融机构还会告诉投资人，申购共同基金是一种非常专业的投资行为。什么叫做非常专业的投资行为？以投资股票为例，一般投资人在投资股票时往往会道听途说，迷信名牌，结果使不少投资人投资股票数年甚至数十年，到最后却是竹篮子打水一场空，甚至还有会发生严重

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

亏损的状况！

而共同基金的投资是由所谓的专业经理人操盘，任何一笔投资都会经过专业的研究分析，可以避免掉盲目投资的风险；既然有专业经理人在进行投资操盘，投资人就不用每天盯着行情看盘，心情也不会随着行情的走势起伏跌宕！

最后，金融机构会强调：申购共同基金可以避险，在所有的投资性理财工具之中，只有申购共同基金的投资风险最低，像是投资期货，经常可以一夕暴富，同时也会一下子惨赔！而投资股票也是一样，在许多没有涨跌幅限制的股票市场上，往往只需要几个交易日，就可以让一支股票跌破票面的净值；事实上，共同基金的出现，除了可以提供一个新的投资理财的渠道之外，还有一个作用就是分散风险。

金融机构在宣传申购共同基金时有这么多的好处，可是有一点金融机构隐瞒了，并没有如实地告诉投资人，那就是投资人申购共同基金，是不可能知道专业经理人（操盘手）是谁？更不可能出现任何接触，投资人若申购的是海外共同基金的话，绝对不会知道是谁在帮投资人操盘？是欧洲人，还是美洲人，抑或是跟我们相差无几的亚洲人？

这一点金融机构为什么会对投资人隐讳不明呢？他们不敢明说的原因是：害怕投资人在了解实际情况之后有所疑虑而降低了投资的意愿，所以就以善意隐瞒的方式处理，如果投资人不问，金融机构也就不会主动告知了。

金融机构不会主动告知还有另一个原因：共同基金除了是种间接投资的行为之外，申购共同基金也是一种“代销”的方式。





金融界不告诉你的真相

基金销售有三大部分：销售银行、管理银行 与基金公司

共同基金虽然是以“赚钱”为目的所设计出来的投资理财商品，但由于共同基金是属于间接投资的形式，因此投资人在申购共同基金时就存在着许多先天性的风险。在资本市场上发生有关申购共同基金的诈骗案件屡见不鲜。

国内的投资者就曾被一项所谓的“瑞士基金”所蒙骗。案件始末是这样的：有某一位自称是基金公司的业务员，向市场内的一位摊贩推销“瑞士基金”的海外共同基金，并且保证每个月25%的获利，第一位投资的摊贩尝到了甜头，就大肆宣传，弄得全市场的摊贩争先恐后地掏钱投资，前前后后总共有数千万的资金购买了这一档“瑞士基金”，而那个第一位投资的摊贩更是连本带利地加码投资，其结果就是那位业务员拿了数千万元后就下落不明不知去向了！

这些投资的摊贩在得知上当受骗以后，自然报警抓人。但不管人有没有抓到，损失却已经造成了。事实上这就是申购共同基金最大的风险所在。

由于每一个市场对于风险的承受度不同，而投资人的风险意识也不一样，所以相关风险管理的措施也都有强烈的地方需求。以国内为例，基金公司不得直接在市场上销售共同基金，而投资人也无法向基金公司申购共同基金，无论是销售还是申购，都必须通过银行进行交易，

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

这就是政府对于申购共同基金控管的第一步，理由其实很简单，就是为了增加资本交易的安全性。

那么，基金公司是什么？成立一家基金公司需要多少资金呢？

基金公司不是银行，在国内银行是特许行业。要成立一家银行有着严格的资金限制，但基金公司只能算是投资顾问业，受一般商业法规的管理，与一般的公司没有什么两样，唯一让政府顾虑的就是基金公司的主要业务竟然是“买卖钞票”。按照国内相关法律的规定：能够以通货直接作为交易商品的就只有银行、保险公司等金融机构，所以，基金公司的业务就只能“间接”进行。因此，在国内申购共同基金的投资，一般来说会有三家机构参与：销售银行、管理银行与基金公司。

基金公司在设计出共同基金的投资理财产品之后，就会委托销售银行进行销售，在投资人申购共同基金以后再交由管理银行进行管理，有时候销售银行与管理银行可以是同一家银行，不管有几家银行参与投资人申购共同基金的投资，政府管理的目的就是不让基金公司直接接触到投资人的投资资金，甚至于在共同基金的投资行为中，基金公司也不是那么的必要，也可以被排除掉，因为银行也有权、有专业能力设计出共同基金。

然而，这是国内对于申购共同基金投资的管理规定，在国际资本市场上未必也有这种规定。海外市场的投资人可以直接向基金公司申购共同基金，手续上简便不少，手续费也便宜很多，至于风险那就要投资人自行评估了。



金融界不告诉你的真相

申购海外基金需要注意的地方

国内的投资人在申购共同基金时，通常有两种选择：

一是申购以国内股票债券作为投资标的的国内共同基金。

二是以国际资本市场的股票债券作为投资标的的海外共同基金。

一般而言，投资人申购国内的共同基金姑且不论获利率如何，但申购风险就明显比申购海外共同基金小得多；就申购的技术上，申购海外共同基金的投资人有4点要特别注意的。

（1）申购海外共同基金的安全性：在国内的资本市场上有许多国际性衍生金融商品，最让人耳熟能详的除了所谓的国际保险商品之外，就是海外共同基金了。事实上，国际性衍生金融商品要在国内的资本市场上销售，无论是国际保险商品或海外共同基金，都必须要经过主管机关的审核通过才可以。那么，投资人如何才能确定哪些基金是通过审核的呢？

（2）海外共同基金的投资标的：相信投资人已经非常清楚地知道，申购共同基金是属于间接投资的行为，既然是间接投资，投资人理所当然要知道投资标的是什么。国内的共同基金容易了解，因为国内的资本市场就这么大，股票债券市场显而易见，不过，国际的资本市场可就复杂了！

虽然依法规定开放型共同基金必须要向投资人说明基金的主要投资标的，然而这一点的公开信息是远远不够的，投资人必须自己还要再

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

做功课。

(3) 汇兑的问题: 投资人在申购国内共同基金时, 不存在汇兑的问题, 可是申购海外共同基金就无法避免汇兑的问题。既然要汇兑那就出现价差, 也就是说, 投资人在申购海外共同基金时, 不仅仅是有投资的获利或亏损, 还有汇兑的利差及损失, 加加减减之后才是真正的投资损益。

现在人民币处于升值阶段, 而且很长时间内将会继续如此。如果现在我们什么也不做, 光是拿着人民币, 一年后, 相对于美元等外币来说, 就已经升值了5%~8%。而假如现在投资海外共同基金的话, 那么每年至少要有5%~8%的回报, 需要拿来填补人民币升值的部分。

与大量基民追捧海外共同基金相反, 现在大量的国外资金正不断地涌入中国, 指望着在中国市场上大捞一笔。资本市场正上演着一幅“城外的人想进来, 城里的人想出去”的围城景象。由于国外的市场已经比较成熟, 投资机会相对还会少一些, 收益可能还比不上国内。国外的资金现在尚且排队等着进入投资中国, 以赚取投资收益和人民币升值的双重回报, 如果在这种情况下去购买海外基金, 更要慎加考虑。

目前在国际资本市场上的海外共同基金计价的货币种类很多, 只要是在国际外汇市场上能够自由兑换的货币, 都可以成为海外共同基金的计价货币。一般来说, 在国内销售的海外共同基金, 多半是以美元计价的, 也有以欧元、港币、日元计价的。既然海外共同基金的计价货币种类很多, 投资人在申购时就要考虑各种货币的汇兑价差问题。例如, 最近外汇市场上美元持续走贬, 若申购以美元计价的海外共同基金, 基金投资本身若有获利, 会受到美元走贬的影响而缩小获利, 若是基金本身的投资已然出现亏损, 疲软的美元更容易加大投资的损失! 这一点是





金融界不告诉你的真相

投资人在申购海外共同基金时不得不谨慎小心的。

(4) 赎回日: 有过进出股市经验的投资人都知道, 买卖股票最怕的是买到最高点、卖到最低点。其实申购共同基金的情况也是一样, 因为共同基金多是以股市为投资标的, 所以申购共同基金也会有相同的问题, 所以共同基金的赎回日就很重要了。

在2007年年底, 由于美国次级房贷风暴所造成的全球股灾, 引发了海外共同基金的赎回潮, 有很多投资人就是卖在了最低点。根据规定, 国内共同基金赎回日是投资人申请赎回的第三天, 而海外共同基金则是投资人申请赎回的第二天, 基金赎回日的规定直接关系到基金的净值, 投资人如果在申请基金赎回的当天股市上涨100点, 但第二天股市却下跌100点, 基金净值就以下跌100点计算, 所以投资人务必要注意。

私募基金永远不会公开操作方法

在资本市场上最能代表资本主义精神的衍生性金融商品就是共同基金, 能在资本市场上把金钱游戏玩到淋漓尽致的则是私募型共同基金(简称私募基金)。私募基金就是为资本市场的金钱游戏所设计出来的筹码, 是为有钱人所设计出来的钱赚钱的工具, 如果说私募基金是个赚钱机器一点都不夸张。既然私募基金是种赚钱的机器, 当然也就会带点神秘的色彩, 这样的神秘内容包括了参与私募基金的投资人以及私募基金的操作方法。

私募基金是有别于公开型共同基金的, 顾名思义就是指私下募集的基金。私募基金不能针对一般大众做广告, 因此, 一般投资人比较难

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

知道私募基金的实际状况。私募基金的性质比较特别，大多数投资人可能买不到，原因是私募基金可能风险较高或投资门槛偏高，不适合对所有投资人公开募集，销售机构也不能在营业处所张贴私募基金的相关广告。私募基金还有个特性，就是投资人要赎回基金时，必须找到资格同样符合私募基金规定的对象，无法在公开市场上买卖——比起开放型共同基金及其他投资商品，私募基金欠缺流动性、变现也比较不方便。

私募基金是目前国际资本市场上最热门的基金，其灵活多样的投资策略及多空皆可操作的特性，与公开型共同基金有很大的差异，也因为私募基金所使用的投资策略，多为追求绝对报酬的绩效表现，与过去传统基金追求相对绩效表现有很大的不同，因而吸引了许多投资人的青睐。

然而，私募基金的私募对象是有条件限制的。私募发行的对象是特定人——特定人包括自然人、法人和其他组织。一般各国都对特定人的资格进行了限定。

在我国金融市场中常说的“私募基金”或“地下基金”，往往是指相对于受我国政府主管部门监管的，向不特定投资人公开发行受益凭证的证券投资基金而言，是一种非公开宣传的，私下向特定投资人募集资金进行的一种集合投资。其方式基本有两种，一是基于签订委托投资合同的契约型集合投资基金，二是基于共同出资入股成立股份公司的公司型集合投资基金。

公司式私募基金有完整的公司架构，运作比较正式和规范。目前公司式私募基金（如“某某投资公司”）在中国能够比较方便地成立。半开放式私募基金也能够以某种变通的方式，比较方便地进行运作，不必接受严格的审批和监管，投资策略也就可以更加灵活。比如：

（1）设立“某投资公司”，该投资公司的业务范围包括有价证券





金融界不告诉你的真相

投资;

(2) “投资公司”的股东数目不要求多,出资额都要比较大,既保证私募性质,又要有较大的资金规模;

(3) “投资公司”的资金交由资金管理人管理,按国际惯例,管理人收取资金管理费与效益激励费,并打入“投资公司”的运营成本;

(4) “投资公司”的注册资本每年在某个特定的时间重新登记一次,进行名义上的增资扩股或减资缩股,如有需要,出资人每年可在某一特定的时点将其出资赎回一次,在其他时间投资者之间可以进行股权协议转让或上柜交易。该“投资公司”实质上就是一种随时扩募,但每年只赎回一次的公司式私募基金。

由于私募基金是向少数特定对象募集的,因此投资目标可能会更有针对性,更像是为客户量身定做的投资服务产品,更能满足客户特殊的投资需求。此外,政府对私募基金的监管相对宽松,私募基金的投资操作会更加灵活,而私募基金也不必像公开型共同基金那样定期披露详细的投资组合,其投资更具有隐秘性。不过,由于私募基金对信息披露不完整,因此相对不利于基金持有人利益的保护,在私募基金可能取得更好获利的同时,也潜藏着较大的风险!

据了解,私募基金的一大特色是投资策略绝对保密,基金管理人除了向投资人口头介绍基本操作和以往投资回报率等大致情况外,不会透露任何操作细节,也不保证绝对赢利,投资人投资私募基金可以说完全出自于基金管理人的信任。由于私募基金的信息披露不完善与受到政府的监管较少,因此,无法避免私募基金会出现内线交易、操纵市场行情等违规行为,严重的时候可能会影响到资本市场的稳定性!

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

私募基金所选择的投资标的，通常会符合三个条件：第一是free cash flow，第二是独占事业或是具有独特性、成熟性的事业，第三是会挑选进入障碍高的投资标的。而且私募基金擅长举债投资，因此都是寻找便宜的资金来做杠杆，配合投资标的能够提供高水平的殖利率报酬，能确保有利差可以赚。不过，有些私募基金因为杠杆的倍数过大，所要求的报酬率也就高，属于高风险高报酬的操作方式。另外，私募基金还有个很大的特色，就是敢于在众人看坏市场的时候进场，深得危机入市空头操作的精髓！危机的后面就是转机，道理很简单，私募基金是最成功的实践者，危机入市堪称是投资的黄金铁律，投资挑对时机有时比挑对投资标的来得更重要！

可是有一点要强调的：私募基金的投资渠道可不是一般投资大众所使用的渠道，私募基金也买股票却不是是在公开市场买，而是私下以议价的方式、以低于市场价格若干成（甚至是若干倍）的价差购买，而几乎所有的资本市场都有类似议价的规定，只要是购买的量够大就可以议价。而很多内线违法的交易也都是以议价的方式进行的。私募基金的操盘手可以说是高手中的高手，当然，他们也会有失手看走眼的时候，一旦发生投资失误，对于私募基金而言可能就是灭顶之灾！

正是因为有上述特点和优势，私募基金在国际金融市场上发展十分迅速，并已占据十分重要的位置，同时也培育出了像索罗斯、巴菲特这样的投资大师和国际金融“狙击手”。在国内，目前虽然还没有公开合法的私募证券投资基金，但许多非银行金融机构或个人从事的集合证券投资业务却早已显山露水，从一定程度上说，它们已经具备私募基金应有的特点和性质。



金融界不告诉你的真相

股评都是不炒股票“炒”股民

“北京首放、武汉新兰德两家机构竟然是黑嘴，依靠股评忽悠股民，操纵内幕股票赚钱，这太可怕了！”一位股民在拨打某报的理财热线时说，“以前我很相信股评专家，因为他们是专业人员。现在发生了这种事，我再也不敢相信所谓的黑马推荐了。”

在证监会公开通报查处这两家“黑嘴”股评机构结果之前，广东证监局公布了辖区内20家“黑嘴”股评机构名单：广州金汇通、广州北昌信息、广州金股宝典、广州金指王、天天胜券、广州稷建信息、广州世高科技、广州红资科技、广州嘉赢投资、广州阳光投资、广州智多星投资、广州俊成、广州广汇理财、广州点金科技、广州黄金股道、广州同花顺、广州鼎灏投资、广州卓越投资、广州金牛信息、广州金点子等，他们均未获得证监会核发的证券投资咨询业务资格证书。

然而，实际上，目前国内股评机构或多或少都存在这种操纵现象，几乎成了行业“潜规则”。

股龄11年的老股民陈先生一针见血：“所谓‘点股成金’，其实是让散户抬轿子，不炒股票‘炒’股民，这是一些股评机构赚钱的秘籍。如果某位股评人士荐股水平真有那么高，那他只需搞十几万、上百万元的操作，很快就成了亿万富翁，股市不成了他家的提款机？他还需要在电视上唾沫横飞推荐股票，或者写豆腐块股评文章赚小钱吗？”

在A股中，任何一个基金经理、投资总监、私募基金、资产管理公



第四章 金融机构的印钞机——共同基金

司、投资公司、保险公司、信托公司、银行投资部门等，他们可能不读报纸，可能不听新闻，但没有一个不去研究主流机构的研究报告。

但是，这些分析和研究报告真的值得相信吗？有基金经理自揭行业“潜规则”：“谁给你钱，你就要为谁说话、服务，现实从来都如此。”花几万块钱就可以炮制出一份想要的研究报告。

投资者在看机构的研究报告要多个心眼——毕竟，券商基金都是市场的参与者，他们都各有利益。只要细想一下，当散户们按照中国神华目标价100元、中国平安目标价200元的报告操作时，机构们正在大举出货，中国的散户为这些分析报告付出了太大的代价。

这些研究报告鱼目混珠，良莠不齐，为各自利益说话。有基金还透露，一份研究报告的“出笼”规则有三：一是“屁股决定立场”。出报告的金融机构大多是这个市场的参与者，他们的观点如果不带感情色彩是不可能的。单纯的感情色彩还没什么问题，怕的是故意搞出的报告。二是闭门造车。这是不少调研员的通病，不去实地调查，只对着财务数据想文章，或者依靠上网东抄西摘，七拼八凑。三是财务低能。

“大家都在圈子里混，讲真话有时要付出代价。”一位业内人士如此感叹。

东方证券房地产行业研究员王某就是一例。2007年9月，王某对外发布《地产板块2007年中报盘点报告》“看淡”房地产行业，并认为地产板块总市值已达1.4万亿元左右，PB平均达到9倍左右，PE普遍在50~60倍以上，泡沫特征明显。她的报告让当时手握大量地产股的基金经理愤怒了，他们联合起来集体封杀王某，最终王某不得不离开了这个行业。





金融界不告诉你的真相

请不要陷入职员推荐的陷阱中

“快去买基金，我朋友说要涨到10000点。”“快去赎回基金，我朋友说要跌到3000点。”两种意思完全相反的话，但在近几年的几波大牛熊市面前，恐怕是基民听到频率最多的话。

相较于有经验的股民而言，基民对资本市场的运行机制的认识要少很多。他们购买或赎回基金更多的是听从周围人的意见，但“羊群效应”往往是投资大忌。“周围人都买基金，我就去买”、“周围人都赎回基金，我也去赎”这已经成为一些基民买卖基金的主要判断依据之一，但股神巴菲特所坚信的股票投资真理却是：当别人恐惧时，你要贪婪；别人贪婪时，你要恐惧。

对于基民的非理性，基金公司也有说不出的无奈。对于连购买的基金属于什么类别都没有分清楚的基民，他们的跟风其实对于基金公司极为不利。

基金的性质决定了不适合做短线，而最好是长期持有，偏偏有很多基民喜欢像买股票一样做短线，他们可能赚到了10%、20%，但100%却没有赚到。他们也有可能市场向好的时候介入，而在市场出现回调的时候退出，如果这类基民多了，在市场调整阶段就可能出现大规模赎回。这种情况下，基金公司可能被迫减仓以应对赎回，但低位减仓会造成基金净值缩水，从而引发更多基民赎回。由此一来，很可能形成一种恶性循环，在无形中产生助涨助跌的作用，不利于市场的稳定。

由于中国市场的基民还处在幼年期，并没有真正成熟起来，很多

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

基金公司与银行也是抓住了这一点，“积极”向基民推荐各种基金。对于没有经验的基民来说，就很有可能坠入他们有意无意设下的“陷阱”。

现在，很多银行在推销理财产品时，缺少对风险的足够提示，甚至对风险只字不提。他们给出的材料用的基本上都是专业金融术语，收益计算方法也非常复杂，除非专业人士，一般人根本看不懂，而在这个过程中，陷阱就出现了。

比如，有的理财产品，所挂钩的股票大部分都涨了，而且，涨得很厉害，但仅仅有一支股票跌了，在一般投资者看来，这种理财产品肯定会给自己带来很大收益。错！理财产品的设计绝非如此简单。倘若涨得最多的股票与涨得最少的股票有很大差距，你就可能是零收益甚至亏损！问题出在哪里呢？

理财产品是由银行设计的，其产品自然会向银行自身利益倾斜。比如，有的理财产品是这样设计的：只有当理财产品所挂钩的几只股票全部上涨且涨幅一样时，你才能获得最大收益，否则，就可能是零收益或亏损！

曾有业内人士揭秘：银行理财产品并不是银行一家来操作，它的背后是一些投资信托公司或者是基金公司等理财团队。通过银行这一平台，资本方获得了巨额资金进行资本运作。根据双方的约定，银行只要完成了理财产品销售就可得到不菲的管理费。而根据客户和银行的协议，如果最终收益在基准收益内，银行仅收取固定管理费；如果收益率超过基准，银行按照一定比例提取浮动管理费。收益率越高，提成比例越高，有的银行提成比例高达40%。倘若理财亏损，根据理财产品中的“免责条款”，银行则平安无事，而由客户自认倒霉。





金融界不告诉你的真相

没有经验的人通常会去购买新基金，原因在于新基金的认购费比申购费要低，不过也就是0.3%。一天基金的涨幅也不止这么多。但不买的理由也会有好几个：首先是3个月的封闭期受不了。3个月资金不能动，而且新基金从零开始建仓，在牛市中肯定不如旧基金跑得快，因为仓位低啊。在熊市中倒是比旧基金跌得慢，但如果那样，过了封闭期再买，不是可以买到比1元还低的净值？其次，一般来说，新基金都有好的基金经理，但总是新的团队。基金不是单单靠一个基金经理就能打天下的。让他们磨合一下，我再参与有什么不好。

正因为存在这些原因，所以新基金在刚开始募集时会下很大的力气，百般讨好代销的银行。在2008年的大熊市，新基金销售发行不景气，有的基金公司往往为了保住存量，也就是2亿元的募集底线，往往是从管理费中拿出相当一部分给银行作为奖励，返还比例高达1%。某基金公司曾规定哪家代销渠道率先达到2亿，公司就支付1000万的返还款。这是一个相当惊人的数字。有的代销银行还挑选基金，如果基金公司做得不好，或者不好卖，就是给再高的返还比例，代销银行也不会搭理。在有些新基金销售中，有的基金公司甚至把一年的管理费全部都返给代销机构了，相当于一年白干了。不过，他们也没有办法，新基金成立是头等大事，要不然，以后都得喝西北风！

在这种重利之下，有些银行也推出了多重销售。例如，某银行说当下买基金特别合适，现在买他们银行规定的16支基金中的任何一支，只要一次申购超过3万元，将奖给一张600元的超市购物卡，相当于给2%的“回扣”。常言说得好：“图便宜，必有害。”哪个上当受骗的不是图便宜？这种买基金给“回扣”是个别现象吗？可能性不大。很可能是基金行业的内部统一行动。基金公司如此大力推销基金的原因又是什

第四章 金融机构的印钞机——共同基金

么呢？其情况恰恰有可能是代理银行给全部员工下达推销基金任务，如此大力推销一定是急需资金，可能基金仓位很高，大量赎回自己公司申购的基金必然需要大量现金，因此才会下如此力度。如果在这个时候去购买他们推荐的基金，势必会成为“冤大头”。

又如，看到近期市场反弹了，退休在家的老王尽管还没从去年的亏损中完全解套，但又有点想入市了。这一次，银行的销售人员给他推荐了新近正在发行的一支指数基金，说这类产品反弹时涨得最快。犹豫了一下后，老王还是冲了进去。然而，这种基金并不适合老王——作为退休人员，购买基金重在稳健。所以，老王根本不适合投资基金，因为指数基金属于被动管理型产品，高收益的同时也承担着高风险。大部分基金和银行等人员为了扩大销售额，都在销售基金时有意无意地隐瞒了这个基本常识。

基金公司（银行）在面对投资人申购共同基金的时候，通常会说什么？天马行空，想到什么说什么，而且说得天花乱坠。那么基金公司面对投资人时能想到什么？其实，投资人不应该去关心基金公司会想到什么，应该去关心基金公司想不到什么，或是想到什么却又不愿意主动告知的是什么。这不是在玩文字游戏，举例来说就明白了。相信许多投资人在媒体上都曾经看过或听过共同基金的广告，在广告的最后一定会有一段几秒钟又快又急的对白：“本公司以往之绩效，不保证基金未来之收益，投资人请详阅公开说明书”，这一段文字就是基金公司不想说，可是主管机关却有明文规定所以不得不说，直白一点儿说：这段文字就是在提醒投资人要有风险意识！

会申购共同基金的投资人都会有种共识，那就是共同基金的风险低。但是大部分申购共同基金的投资人可能不会知道共同基金也会破产



金融界不告诉你的真相

的！怎么会？投资共同基金的风险不是很低吗？

在正常的情况下申购共同基金的风险的确要比投资股票低得多，可是仍然无法排除共同基金可能因为投资操作不当而导致破产的情况发生，如果某一支共同基金的净值下跌幅度过大，甚至共同基金的净值已经是负数，该基金依法就会被强迫下市，不得再进行募集资金，而原本的投资人也必须被迫赎回，在这次因美国次级房贷风暴所造成的全球股灾中，有很多支共同基金就因为净值下跌幅度过大而被迫下市，投资人别无选择只能认赔杀出！在美国有许多以美国资产为投资标的的共同基金，半年内基金净值竟然下跌了90%，全都成了断头基金！这样的共同基金的投资风险会强调：那是特殊情况！

一般而言，所谓共同基金的营销陷阱，基金公司不会、不愿主动告知的所有情况都算。当然，这中间也包括了基金公司主动设计、诱导的陷阱。有时候基金公司会基于营运上的需求而强打某些基金商品，有时候共同基金的业务员因为提成分红的业绩因素也会强打某些基金商品，不管他们所持的理由有什么不同，唯一相同的地方就是牺牲投资人的利益。这时候，投资人千万不可以掉以轻心，要么就不要申购共同基金；要想申购，投资人就一定要先做功课，心里要有个谱，千万不要把自己的钞票给别人赚，满足了别人的需求却苦了自己！



第五章 就算问了也不会说的内幕



第五章

就算问了也不会说的内幕

在现代市场经济的环境下，不管你的身份是什么，是消费者、生产者还是投资者，无论是在日常生活中的消费型经济活动，还是投资生产经济活动，个人都与金融机构脱离不了关系——金融机构的业务早就已经深入到千家万户之中了。金融机构就像是便利超市，又像是市场上随处可见的早餐店、小餐馆、土产店等，与普通大众息息相关。可是与便利超市不同的是，金融机构始终给人一种海莫如深的感觉，同样是赚消费者的钱，金融机构总是有点给人赚得不够光明磊落的感觉！遮遮掩掩的好像有很多的内幕，就怕被人发现什么似的。这就是金融机构在一般老百姓的日常生活中只能做到像便利店却永远无法成为便利店，从而取得消费者的信任。

金融机构是以赚钱为目的的营利单位，不是慈善团体，在市场上伺机而动寻找致富赚钱的机会，这样的机构如果不能够开诚布公的话，那无疑是个会吃人的野兽！

在市场上与金融机构打交道的营利性或非营利性的团体对他们都





金融界不告诉你的真相

心存忌惮，更何况是一般的消费者在面对金融机构的时候，基本上是毫无招架之力的，虽然不能说因此就会任人宰割，不过稍微不谨慎就会遭到金钱上的损失，一般的消费者在这一点真的应该提高警觉！

难道说与金融机构有业务上的往来真的是这么可怕吗？提高警觉、小心谨慎、做好周全的准备就不可怕了。俗话说：“小心驶得万年船。”比方说，一般消费者与金融机构最容易发生关系的业务就是存款，而通常存户到银行开户存款时会注意些什么？

绝大多数的人都只会关心存款利息有多少，而对于存款本身的安全好像都漠不关心！似乎是银行不可能发生侵吞存户存款的事，万一不幸发生了也会有政府出面善后，消费者的这种观念其实是既错误又危险的！

虽然这样的推论纯粹属于个人臆测，但也不是无的放矢、信口雌黄，而是有一定的逻辑性的。正所谓“鉴往知来”，这些金融机构过去是怎么做的，就不难推敲出未来他们是不是还会“如法炮制”。

贷款合约充满了法律灰色地带的陷阱

金融机构在市场上所销售的所有商品都是契约化商品。然而，根据商品的不同性质，契约又分成定型化契约与一般契约两种，其中凡是据有普遍性原则的衍生性金融商品，如信用卡、保险商品、共同基金等都是以前定型化契约为交易准则。既然是定型化契约，那就意味着无论是路人甲还是路人乙抑或是路人丙，签约的内容都是大同小异的，而这一类的定型化契约虽然充分显示出“金融机构完全不把消费者权益放在眼里”的“老大”心态，可是在法律上所应担负权利义务倒也记载得清楚

第五章 就算问了也不会说的内幕

明白，消费者遭受到的是“明枪”不会有“暗箭”。

可是金融机构的一般契约型商品就不同了，消费者不但要防范“明枪”更要提防“暗箭”！最具有代表性的就是房屋贷款契约。

在未进一步分析之前，先举例说明：某甲在若干年前在亲友的房屋贷款合约上签名作保，后来某甲的亲友因为债务问题将房屋出售，并且主动偿还欠银行的房屋贷款，可是当要求银行出具清偿证明的时候，银行却以各种理由推托，就是不愿意出具清偿证明，几经追问之后银行才表示：因为贷款人尚欠该银行若干万元卡债，如果不一并还清的话，银行拒绝出具清偿证明！

可是原房屋贷款人已经无力偿还卡债，眼看着就快无法顺利交割房屋即将产生交易纠纷，银行转向某甲（担保人）求偿，某甲询问律师两个问题：

1. 房屋贷款与信用卡卡债是否可以混为一谈？
2. 贷款人已经还清房贷，银行是否可以拒绝开立清偿证明？

很明显，律师的回答都会是否定的。房屋贷款与信用卡卡债是两种性质完全不同的债务，不可以混为一谈，而且既然房贷已经清偿，银行就不能拒绝开立清偿证明；可是银行对于是否开立清偿证明的态度虽然暧昧，但立场却很坚持，银行反复强调：房屋贷款契约上写明了：贷款人必须清偿完该行的所有欠款本交易才算完成；某甲又把银行这样的说法转问律师，律师说：银行很恶劣！

这是在玩弄法律规定的灰色地带。依照法律规定，银行是不能够向贷款人做一并清偿信用卡欠款的请求，可银行若是把这样的请求明订在房屋贷款契约内，这就变成买卖双方议定的契约内容，而双方都有遵守契约的义务，银行依约当然可以向贷款人提出要求。某甲问是否可以



金融界不告诉你的真相

控告银行拒绝开立清偿证明？律师说：原则上可以，不过贷款人必须在法庭上提出，在签约前并不知道有这条契约规定，否则胜诉的机会非常渺茫！更何况打起官司来旷日费时，没有个一年半载是不会有结果的，如果到时候法院判决银行胜诉，贷款人这笔卡债还是得还，不然，银行仍旧可以拒绝开立清偿证明。

这个例子的结果当然是：某甲掏钱还卡债，银行则开立清偿证明。问题是银行的一般契约型商品为什么能够有暗箭？一般契约型商品与定型化契约商品最大的不同点就是一般契约型商品是针对个人不同的需求差异性较大。比方说：信用卡的定型化契约，消费者在与发卡银行签约的时候，契约内容有关权利义务的规定都是一样的，可是房屋贷款契约就不同了，哪怕是同一栋大楼的房屋，不同的人向同一家银行贷款，结果是贷款的利率、贷款的成数、还款的方式（是否为本利平均摊还或是先还利后还本）以及优惠还款期的长短都有可能不一样，这就给银行提供了可以预先设计好“暗箭”的埋伏空间！

试问：难道银行不知道房贷与卡债完全不同吗？为什么还要设计一个可以一并追讨的圈套来框住消费者呢？为什么公司企业在与银行往来时，所有的交易契约都要经过律师的仔细研究？他们在怕什么？怕的不就是“暗箭”吗！

缔约时要谨防被金融机构设计

请注意：银行等金融机构的阴招、损招，绝对不仅仅是“玩弄法律的灰色地带”这么简单，陷入于罪也会是他们经常用的杀手锏，只是



第五章 就算问了也不会说的内幕

这样的手段竟是用在寻常往来的客户身上，实在是阴狠了点！这样的说法绝对没有妖魔化金融机构，而只是一种对事实的白描，这也是出于金融机构极端不信任消费者所必然衍生出的最恶劣结果！

本书早就已经多次介绍过，金融机构是直接以“通货”作为交易的商品的，所以谨慎、戒惧是必然的，在与消费者往来时多半是采取不信任的态度，因此，相对而言，无论是金融商品的设计还是契约内容的条款，都比较不利于消费者。本来嘛，借贷的双方债权方永远比债务方所承受的风险要大许多，但这是指单纯的借贷行为而言，金融机构与任何消费者的业务往来，无论是法人还是自然人都不能视为单纯的借贷，而是生意场上复杂的营利行为，所以对于金融机构的种种保全债权的举措，不能被单纯地视为理所当然，而应该从交易的公平性着眼，金融机构是否有明显不利于消费者的设计，如果有，应该要以维护金融交易的公平性为出发点，不能够只强调。

欠债还钱天经地义。应该理解做生意有赚有赔也都是在情理之中，因此，消费者要有个正确的心态——金融机构不是一般的债主，跟他们借钱不需要有什么道德上的负担，这只是商业交易行为。所以，消费者要注意契约中是否有明显不公平或不合理、有损权益的规定，不要相信任何金融机构人员的口头承诺，所有的权利义务必须白纸黑字地写清楚、定明白。

不过，金融机构可不是什么善男信女。正所谓“道高一尺、魔高一丈”，玩弄法律的灰色地带对于金融机构而言是再正常不过的，不玩弄那才是傻瓜呢！

金融机构非常清楚地知道，所有金融商品交易的法律性质都是属于民法范畴的，除非有恶意破坏交易秩序或侵吞别人利益的行为才有可





金融界不告诉你的真相

能触犯到刑法，否则，再大的交易纠纷都只属于民事诉讼而无关刑事责任。然而，部分金融机构就是喜欢以暗中夹带“刑事责任”的方式进行金融商品的交易。

以最近不规范的国内信用卡市场来说，银行都有专门的法务部门，一旦卡债族逾期未予还款，银行的法务人员在催告几次之后（一般是三次），会向卡债族的亲属、朋友、工作单位、居所打电话或者发送律师函，如果还未还款就会收到诸如报案、诉讼、索赔、判刑的声明和威吓。

反过来说，本来银行与卡债族是签有协议的，卡债族在银行的存款或者资信状况，都属于卡债族的个人隐私，银行负有严格保护卡债族个人隐私的义务。个人在银行的资信状况在未经诉讼程序，未得到确认以前，银行是无权对外公布的。

银行这种广为“追讨债务”的行为，旨在传布卡债族的不良资信状况，通过损害卡债族个人信用与声誉的方法，逼迫卡债族尽早还款，客观上也确实损害了卡债族的资信，但银行的这种做法恰恰是对卡债族个人隐私的严重侵犯，是违反国内有关法律的限制性规定的。

非但如此，银行还可以向法院提起诈骗、背信等刑事诉讼，当然法院接不接受还不一定，可是会造成消费者的困扰。一项金融商品的交易时间往往长达好几年，在交易的过程中出现不可抗拒的因素导致交易无法顺利完成，经常是交易的双方所无法预见的，若是因此交易的一方（金融机构）动不动就对另一方（消费者）提起刑事诉讼，不但会对金融市场的发展造成一定程度的影响，对于消费者而言也不见得公平！然而在法律恐怕无法面面俱到时，消费者应该要自我保全。

勇于面对垄断行业的“霸王条款”

提前还贷算违约，贷款要买房贷险，不办卡者不代收水电费……个别银行在向消费者提供服务时，在合同中制定了违反公平和规避义务的条款，这些霸王条款让消费者着实感到无奈。比如，办理按揭贷款买房时必须办房贷险；与汽车金融公司办理购车贷款时也需要被强制购买车贷险；抵押贷款时，借款人一旦触及抵押物全部或者部分灭失、毁损、没收等情况则属于违约事件，借款人应同意无条件放弃抗辩权，并补偿因其违约对贷款人造成的一切损失；办理信用卡不论成功与否，个人向银行提供的个人资料都没有索回的权利。

在我们与银行等金融机构打交道时，或许多数人遇到最伤脑筋的问题就是不平等的霸王条款。由于我国金融机构的特殊地位，老百姓接受的非投资性金融服务时(一般包括信用卡、网银、汇款等)常常都是由银行说了算。在今年各地多次出现的银行ATM机吐假钞却概不负责事件中，老百姓可谓有理无处诉。

根据中消协的相关提示，金融消费中可能存在六大陷阱：一、银行出现假钞、数额不足，离柜、离机概不负责；二、信用卡欠款逾期还需要按照欠款全额罚息；三、电话挂失，银行不承担责任，而即使书面挂失也需要持卡人自担挂失后24小时之内的损失；四、章程随便改，变更合同不经当事人同意，甚至不告知；五、抵押贷款购房，必须全额保险才放款，并且指定保险公司和律师事务所；六、以设备、供电、通讯或自然灾害等不可抗力对抗持卡人对银行系统错误的指责；七、网络



金融界不告诉你的真相

银行发生错误致客户损失，银行概不负责。

纠纷发生之后，普通消费者难以向实力庞大的金融机构进行维权。当然，在金融消费时，个人首先需要多留个心眼。例如，在信用卡最后还款日到来之前最好设置提醒，避免因为一时繁忙而忘记还款带来的全额罚息利息损失。而在办理信用卡之前，也应对该银行的卡片售后服务有大概了解，这样也就更能避免发生挂失后损失还需自己承担的困境。

此外，随着网上理财产品、网上商城、第三方存管、托管账户等业务的慢慢普及，网上银行业务占据的市场份额已经越来越大。而随之而来的网银安全问题已日渐突出，但由于消费者举证困难，银行往往拒绝赔偿。由此引发的纠纷数量也节节攀升，对网银使用客户产生较大的使用安全隐患。

专家建议，消费者在使用网银时应尽量增强防范意识，对于银行做出的技术改进抱以更大的关注，免得做事后诸葛亮。目前，工商银行、建设银行和农业银行纷纷推出了U盾、Ukey和K宝等网络安全设备。虽然网银数字证书、动态密码需要一定费用，但和网上购物的消费者喜欢通过例如支付宝、快钱、银联电子支付和财付通等独立第三方支付企业支付一样，提高网银安全使用意识正当时。

与银行业相似，中国的其他很多垄断行业也存在霸王条款现象。这些企业还往往借政府之名义，下发文件，以人民为对立面，搜刮人民的血汗钱。像油价、房价、数字电视、彩票……在垄断者心目中，自己是政府的儿子，自己是替政府而不是市场办事的，市场是自家的田地，有钱就自己赚，亏钱就向你追。相反的，这些垄断行业却成了收入水平最高的行业。

在现今的中国金融环境下，由于我国的金融机构处于垄断地位，

第五章 就算问了也不会说的内幕

对于随时都有可能变化的条款，消费者多数情况下都手足无措。这首先需要个人提高风险意识，在选择时尽量避免条款不明、漏洞多的业务或产品；其后也要逐步建立维权意识，并利用舆论、民间或法律的方式有理有节地维护自己的权益。

在社会的广泛关注和监督之下，曾一时存在的银行ATM跨行查询费最终被叫停，工行近期率先取消信用卡的全额罚息的举措已成为银行金融服务进步的体现。上述进步的取得说明，消费者在遇到不公平事件的时候多争取自己的权益也是推进金融服务的重要动力。

理财产品“零收益”背后的猫腻

针对近些年闹得沸沸扬扬的银行理财产品“零收益”情况，银监会对部分银行理财产品进行了抽样调查，发现部分银行在开展理财业务的过程中存在较为严重的违规行为，其核心问题就是未严格且有效执行相关法律法规和监管规章，相关理财产品存在“产品设计管理机制不健全”、“未有效开展客户评估”、“风险提示不足”、“处理客户投诉机制不完善”等诸多问题。

这与此前中国社科院金融所发布的银行理财产品评价报告相吻合，该报告指出：“银行在发行理财产品的过程中依然没有及时、充分地披露相关信息，尤其以外资银行的信息不透明程度最甚。”

信息不透明为理财产品的设计者提供了充足的可以自由操作的空间，一些理财产品带有明显的欺诈性，投资者只能承担风险而不能分享收益。





金融界不告诉你的真相

例如，兴业银行今年2月份刚刚推出了一款套利理财产品——“套利通1号”，这也是国内首款套利产品。但投资者乔某从产品说明书中看出该产品存在运作不透明以及收益计算公式误导消费者等诸多问题。

投资者乔某向来是个眼里不揉沙子的人。在年初兴业银行推出的这款名为“套利通1号”的套利型理财产品引起了他的关注。但是很快，他发现这款产品的说明书存在“黑幕”。

乔某了解到，这款产品其赢利模式主要是利用证券市场中各种金融产品的定价差异进行套利，主要投向为股指期货套利交易，同时兼顾其他对冲套利和高折价套利机会，涉及ETF(交易型开放式指数基金)套利、正股+认沽权证的保本组合、可转债转股、基金封转开等，是一款主要以套利机制运作的产品，预期年收益率为7%~10%。另外，该产品还引进资金保障体系，投资管理人投入5000万元作为一般受益人，如果投资者年收益低于7%，一般受益人将以这5000万元进行补足。

但乔某认真研究这份说明书后，疑问随即产生。“它给出的投资范围明显反映出这款理财产品投资于一个信托计划。信托计划再将资金投入到了套利中，而信托之后的资金流向、如何操作、套利模型如何建立、投资于什么市场、多少比例的资金投资于什么市场等一系列问题，银行方面在产品说明书中一概解释为对于‘信托之后的操作银行无法控制’。既然银行无法控制，那么为什么要推出这么一个产品？众所周知，建立一个套利模型是需要很强的理论水平和操作水平的，而银行以‘投资于某某信托计划’一笔带过，实在不妥。”对此，乔某认为银行的产品说明书使用了障眼法。

细读说明书后，乔某的第二个疑惑产生。由于银行没有对资金投入做明确说明，银行可以拿这些钱去投资于风险很高的期货市场，或者

第五章 就算问了也不会说的内幕

其他衍生品市场，获得高额利润的时候银行可以拿出很少的利润给投资人，亏损时银行可以说投资失误，让投资人承担风险。在这种不透明的情况下，投资人根本无法判断银行所说的情况是否属实。

乔某的这些想法也得到了许多投资者的认同。一位投资者说，兴业银行的信托理财产品，在去年的大牛市下，理财收益只有4.5%，而当时承诺的是超过4.5%部分的30%返还给顾客，现在看来，与零收益无异。

在银行业的众多理财产品推介中，许多理财产品只是公布一个到期收益率，并按照此收益率进行利益的分配。但投资者最关心的是自己投入的资金究竟被银行拿去做什么了，而这些恰恰是银行不愿意说明的，这样也就自然而然地形成了理财产品不透明的情况。

而银行方面对此的解释多为：这些报告内容复杂，非专业人员看不懂，所以不公布。那么，我们在这里不妨反问银行：如果有专业人士购买了你的产品，并有能力看懂交易内容，你是否敢于提供操作的详细细节？既然你知道非专业人士看不懂，那么这种产品说明书还有什么用处？

信息不透明为理财产品的设计者提供了充足的可以自由操作的空间，一些理财产品带有明显的欺诈性，投资者只能承担风险而不能分享收益。专业人士对某款最高收益率为18%的理财产品进行了模拟测算，结果显示，该款理财产品投资者获益的概率只有千分之四，产品设计者甚至不需要对冲风险就可获得稳定效益。这对投资者显然是非常不公平的。因为无论做什么投资，获益的概率也不会只有千分之四！

假如投资者知道这种真相，这种理财产品还卖得出去吗？毫无疑问，银行这种杀鸡取卵的做法在获取暴利的同时，也在导致严重后果，当理财产品的信誉丧失殆尽，谁来重塑它？



金融界不告诉你的真相

“包赚不赔”只会停留在口头承诺上

投资前，务必先看清合同规定事项。

2006年12月，阮某购买了民生银行“非凡理财——人民币第十二期”理财产品。该产品挂钩8支在香港上市、具有内地背景金融龙头股，预期收益为7%左右，期限为2年，对该产品他投资了6万元，前两天银行给他打电话称，该理财产品到现在为止基本没收益（也就是零收益），并称估计到今年年底到期时也不会有收益，建议客户考虑赎回。提前赎回，需支付3%的手续费，也就是说他这6万元放在民生银行一年还亏了近2000元。

此外，他在深圳发展银行购买的一款“聚财宝飞跃计划2007年1号——股票篮子挂钩型理财产品”也出现了零收益的情况，该产品宣传语称，“本期发行的2007年1号（股票篮子挂钩型）理财产品与工商银行、中国银行、建设银行3支优质银行H股表现的一致性挂钩，将让您有机会获得高达1年15%的超高回报！”可本月初该产品到期时，他却被银行告之“该产品到期收益率为零”，2月2日发布的产品到期公告也显示，该产品到期收益率为零。这让他颇为不解，该产品挂钩的3支股票一年的平均收益率可以达到6.93%，为什么到期收益率为零呢？

不久前，“浦发汇理财F2”理财产品到期收益率为零的事件同样也引起了投资者的质疑。浦发银行的该款产品同样也是挂钩港股，挂钩建行、中国人寿、中银香港、招商银行4支股票，一年下来，除了中银香港有小幅下跌外，其他3支股票均有30%~100%不等的涨幅，因此到

第五章 就算问了也不会说的内幕

期的零收益让投资者无法理解。

令人疑惑的是，2007年资本市场向好，挂钩资本市场的银行理财产品却出现零收益，问题的症结到底在哪里？“资本市场大牛市并不意味着结构型理财产品收益就高，由于其挂钩产品的条件没能得到满足，就会产生零收益。”深圳发展银行成都分行零售银行部的兰总这样解释。

以上几款零收益的挂钩港股市场的结构型理财产品，产品设计非常相似，同样是挂钩股票出现大部分上涨，但最终因为结构型产品的收益条件设置而未赚钱。因此，有投资者称，银行结构型理财产品表面上说是分享挂钩指标的财富效应，但实际上客户就像在参与“对赌”。

“聚财宝飞越计划2007年1号”理财收益计算公式为：收益率 = $[0\%, 15\% - (\text{最好股票表现} - \text{最逊色股票表现})]$ 。“浦发汇理财F2”收益率计算公式为：收益率 = 最大值 $[16\% - (\text{最好的股票表现值} - \text{最差的股票表现值})]$ ，0%]。

以“浦发汇理财F2”为例，该理财合同内写明了4支挂钩股票分别是建行、中国人寿、中银香港、招行。某股票表现值 = $(\text{某股票在2007年12月19日的收盘价} - \text{某股票在2006年12月28日的收盘价}) / \text{某股票在2006年12月28日的收盘价}$ ，也就是该股票一年的涨幅。挂钩股票的表现值：建行为32.29%，中国人寿为47.41%，中银香港为-2.62%，招行为96.2%。根据以上公式，只有这4支挂钩股票同时涨跌，并且涨跌幅度一样时，才能获得最大收益。

银行方面的解释是，当初产品设计时是考虑到挂钩股票同为金融股，股价波动具有一定联动性，最好股票与最差股票表现应该不会相差太大，因此实现收益的可能性较大。不料，去年港资金融股调整颇大，





金融界不告诉你的真相

在美国次贷危机影响下，中行股价与其他银行股价的差距较大，导致与中行挂钩的产品最后收益为零。

由于结构型理财产品多数挂钩海外资本市场，目前国内各家银行衍生结构金融技术服务大多从国外引进，自身定价系统等方面均在逐步建立并不断完善，在理财产品投资测算、销售运行环境均设置不够。因此，投资者在购买产品前需到银行网点详细了解产品，不要盲目签订合同。购买银行理财产品不要抱着一夜暴富的心态，其理财产品本身定位相对较稳定的特点，在投资者整体资产组合中起到平衡作用，预期收益率需正确看待。

对于不了解的金融商品要持谨慎态度

近期有一款结构性理财产品被指类赌品。这款产品由荷兰银行推出“涨跌双赢系列”汇率挂钩结构性存款第一期澳元产品，购买起点为5万澳元。根据产品说明，该产品期限6个月，若持有产品到期将有机会获得最高可达9%的年化收益率。而据专家分析，这款产品的获利区间设置太狭窄，在对挂钩汇率历史数据做定量分析，又考虑了未来澳元兑美元汇率的影响后，该产品零收益的概率是96%。即使乐观估计零收益的概率也有80%左右。

这是常常会引人误解的地方，银行也不会过多地做解释，很多人都以为外汇结构存款是属于存款的一种，殊不知两者是完全不同的概念。外汇结构性存款是指结合了固定收益证券和金融衍生产品，其收益率与产品中规定的国际市场上的利率、汇率、证券或者金融衍生产品等

第五章 就算问了也不会说的内幕

挂钩的组合存款。一般来说，这类产品有高收益和保本金的优势，不过一般流动性差，而且收益率受到汇率、利率等影响，不如存款稳定安全。购买这类产品，投资者需注意两点：一是获得最高收益的可能性，也就是说，投资者要理解产品挂钩的标的及产品结构，对于不了解的这类产品最好持谨慎态度；二是保本是“保什么本”，不少这类产品并非保人民币本金，而是购汇之后的澳元本金，其中蕴含着汇率变化的风险。

需要注意的是，“零收益”绝不是结构性存款投资者所遭遇的唯一尴尬结局，负收益是同样不容忽视的隐藏风险。因为结构性存款虽名为存款，实际是一种理财产品，投资者还需要承担利率风险。

以荷兰银行理财产品——“涨跌双赢系列”汇率挂钩结构性存款第一期为例，该产品风险提示说明：“若客户持有结构性存款至到期，在最差情况下，客户仅可回收100%投资本金，若提前赎回或发生提前终止时间，开户行不能保障100%本金。”

需要指出的是，该产品以澳元投资，国内投资者需以人民币购汇投资。但这里所说的本金保证，并非是人民币本金保证，而是购汇之后的澳元本金。在人民币升值大背景下，当投资者再次将澳元兑换成人民币之后，便遭遇了汇兑损失，如果此前已经不幸遭遇了零收益，那现在恐怕将面对负收益了。

实际上，发行银行也提示了汇率风险。以荷兰银行上述产品为例，在产品风险披露声明中也明确提示，该结构性存款以澳元计价，对不以澳元为本币之客户，在结束结构存款投资并将澳元投资本金以及收益折换回本币时需承担风险。

但问题是，对国内投资者来说，人民币本金，外汇本金，哪一个才是本金呢？这一说法并没有明确，不少自我感觉委屈的投资者都表



金融界不告诉你的真相

示，他们“当然认为是人民币本金”，而掌握了“本产品最终解释权”的外资银行给出的答案是“换汇之后的外币”。

看起来，所谓本金保证很像是一个文字游戏。遗憾的是，国内众多投资者就落入了这个文字游戏的陷阱中。投资需谨慎，国内投资者对投资协议过于草率的阅读和想当然的理解，显然是导致最终亏损的重要原因。但是不可忽视的是，有文字游戏嫌疑的不规范用语显然也是导致投资者误解的重要原因。众所周知，在国内投资者理解中，存款自然是需要保本并产生利息。但以荷兰银行上述产品为例，这类“结构性存款”实际上并非存款，本质上是结构性理财计划。但让人费解的是，此前已经多有投资者投诉这一名称让人误解，为什么外资银行还继续要对理财计划冠以让投资者容易误解的存款之名呢？

纸黄金也是一种契约交易

在资本市场上有很多投资理财工具，但都会有着一定程度的风险，不过也有避险型投资理财商品，最具有代表性的就是黄金。在未讨论如何投资黄金之前，先说说何谓“避险”。投资理财商品所存在的风险是指亏损而言，而避险就是针对那些容易出现亏损的投资理财商品，特别是根据一般投资理财商品进一步推衍出的所谓理财型衍生性金融商品。

因为这些投资理财商品本身不具备通货价值，只是一种契约交易，充满了不确定性因素，可是黄金就不一样了。投资黄金之所以能避险，是因为黄金的本身是有价值的，虽然黄金的价值也会有起伏跌宕的走势，然而投资人永远不必要担心所投资的黄金会变成一张废纸，也不

第五章 就算问了也不会说的内幕

可能变成废纸——黄金在人类经济发展的历史过程中，扮演的是基础磐石的角色，在资本市场还没有出现在人类的经济活动之前，人类的经济活动就已经离不开黄金了，即便是到了21世纪的今天，黄金仍然影响着人类的经济活动发展，全世界各国的所有货币发行准备就是靠黄金！所以，黄金一直被认为是最佳避险型的投资理财商品。

不过，随着资本市场的蓬勃发展，大量投资理财型商品的问世，投资黄金也越来越多样化，除了投资黄金现货之外，消费者还可以投资黄金期货、黄金基金，但在国内最为投资人所信赖及青睐的当属纸黄金了。那么，什么是纸黄金？

纸黄金是银行里面的黄金投资业务，只有在银行里面做才是合法的。纸黄金是指黄金的纸上交易，投资者的买卖交易记录只在个人预先开立的“黄金存折账户”上体现，而不涉及实物金的提取。赢利模式即通过低买高卖，获取差价利润。相对实物金，其交易更为方便快捷，交易成本也相对较低，适合专业投资者进行中短线的操作。

纸黄金适合风险承受能力中等偏上的稳健型投资客，与实物黄金交易相比，纸黄金交易不存在仓储费、运输费和鉴定费等额外的交易费用，投资成本较低，同时也不会遇到实物黄金交易通常存在的“买易卖难”的窘境。打个比方，黄金实物交易就像个人外汇交易中的现钞，纸黄金业务就像现汇，由于运营成本前者比后者高，对投资者而言现汇买卖比现钞买卖更合算。但实际上，黄金实物交易与纸黄金业务的成本差异比现钞、现汇的差异要大得多。

比如黄金实物交易，银行卖出时有运输仓储费、税费，回购时还要增加鉴别费用、重新熔炼成标金的费用，所有这些费用都算在黄金销售价中，炒金者几乎无利可图。而纸黄金就方便多了，它将黄金的实物



金融界不告诉你的真相

买卖变成权证的交易，大大降低了交易成本，提高了投资者的收益率。

投资纸黄金，首先要考虑人民币升值问题。纸黄金人民币金的价格是根据“美元金价格”乘以“美元对人民币汇率”再换算成克计算得来的，所以一旦美元对人民币汇率下跌即人民币升值，纸黄金的价格会受到影响，打个比方，如果人民币升值10%，那么纸黄金价格上涨幅度要超过10%才能赚钱。

其次，要看在什么情况下实现保值。假设真的发生战乱等极端情况，还是实物黄金更能保值，纸黄金毕竟只是一种黄金买卖的账户，不像实物金是硬通货。在和平年代，不发生极端的情况下，如果黄金价格上涨，投资者从价差中获取收益，一样可以实现保值目的。

从市场走势看，国际黄金市场的价格波动略大于国际外汇市场，这也意味着炒金者博差价的机会不会比炒外汇少，在目前国际金价整体走强的趋势下，个人炒金业务值得关注。

所谓指数型房贷浮动利率，永远是主动升不主动降低

“不要让自己的权利睡着了！”这不是一句广告词，而是要随时耳提面命的叮咛语；特别是在消费者与银行往来的各种交易的过程中，这句话就是万万不可忘记的警句！

目前，在国内的房屋贷款市场几乎已经看不到固定利率，取而代之的是指数型房贷利率。那么何谓“指数型房贷利率”？过去房屋贷款



第五章 就算问了也不会说的内幕

市场所采用的固定利率，是在贷款契约签定时，买卖双方就议定好利率并且固定下来，任何一方都不能变更直到契约执行完毕；后来，由于市场利率受到国际利率市场的影响日益加深（也就是国际化），房屋贷款市场的固定利率方式已经无法满足买卖双方的共同需求，因此才会有指数型利率的产生。

指数型利率是随着市场利率的变动而变动的一种利率。市场利率上升时，指数型利率就跟着上升；反之，市场利率下降时，指数型利率也就跟着下降，而市场利率的上升或下降则是随着市场经济发展起伏的，具体订定市场利率的则是中央银行。中央银行如果调高重贴现率、存款准备率等利率市场上的指标性利率，银行房贷指数型利率就会上涨，而贷款人所要负责的利息支出自然就增加，相反的，如果中央银行调降了这些指标性的利率时，银行房屋贷款的指数型利率也应该要随之调降。不过，这只是理论上的而已，而实际上，中央银行升息，银行也一定会跟着升息；中央银行降息，银行未必就会跟着降息，这就是存在利率市场上的真实状况。

为什么银行在面对指数型房屋贷款时总是主动升而不主动降呢？其实，从生意的角度观察银行的动作是“正常”的，银行在与消费者往来时压根儿就不相信消费者会诚实履约，所以才会把房屋贷款契约约定的具体而微，不时还会设计一个陷阱、放一支“暗箭”！消费者若是要相信银行会诚实的执行合同，而忘了随时主张自己的权益进而蒙受损失的话，那只能说是消费者自己笨！

把银行描述的如此不堪绝不是不厚道，说一则真实的小故事。最近，中央银行不断的升息，已经连续15次调高了银行的重贴现率及存款准备率，连带着银行指数型房贷利率也不断的飙高，使得贷款户的利息





金融界不告诉你的真相

压力剧增，一位贷款户A女士就打电话到银行询问：为什么房贷利息不断地增加？

银行的理财专员回答是因为中央银行调升利息的关系，所以房贷利率也跟着上涨，银行也没有办法，契约规定就是这样的。A女士很不服气地问：“契约规定，中央银行升息你们就要跟着升息，那么中央银行降息的时候你们银行为什么没有跟着降呢？”理财专员的回答则让A女士为之气结！“降不降息要你们客户自己提出申请，你们不提出降息申请，我们银行要面对成千上万个房贷客户，而且每个客户的情况都不一样，怎么弄？”

这段对话的内容具有千真万确的真实性！银行理财专员的说法明显是在推托狡辩。如果银行不能够让成千上万的房贷客户统一降息的话，为什么可以做到让成千上万的房贷客户统一升息呢？

事实上，根据和银行打交道的经验显示，银行只有在两种情况下会调降房贷户的利息：

一是客户主动提出申请，这么做银行还未必会同意，那还要经过审核，缴息完全正常的客户才有可能获得降息，至于降多少？那也是由银行说了算，基本上贷款户没有说话的余地。

二是别的银行来抢生意，被抢的房贷户如果提出转贷要求的话，一般而言，银行就会主动降息以留住客户，这个时候是不用通过审查的，因为该做的征信调查别的银行都已经做过了。

难道说按照指数型房屋贷款的契约规定执行都这么难吗？白纸黑字的规定执行起来都会遭遇到这么多的困难，消费者还能够不积极主张自己的权利吗？在与银行等金融机构打交道的时候，消费者必须要确立一个正确态度：与银行缔约往来无异于“与虎谋皮”，必须要小心再小

第五章 就算问了也不会说的内幕

心、谨慎再谨慎！不要指望银行会主动为消费者的福利做些什么？因为消费者的福利就是银行的经营成本，消费者还要提防银行放冷箭、暗下毒手。

小心别上当，优惠存款并不优惠

金融机构虽然是直接以“通货”作为交易的商品，但问题是钱从哪里来？金融产业每每交易的规模动辄就是几百亿甚至上千亿，难道这些资金都是金融机构所有人及经营者自己的吗？别傻了，当然不是。依照国际惯例，金融机构的所有者所需要的自有资金，只要是所属金融机构资产总额的8%就可以了，换言之、一家拥有百亿资产的金融机构其所有者只要出资8亿就可以了，那么其他的92亿从何而来？那些都是存款户的存款。

事实上，有心要经营金融机构的所谓金融家都知道，要想成功经营金融机构，存款是最关键的。如果说金融机构是一辆战车的话，存款就是这辆战车的炮弹，若是炮弹不足甚至没有炮弹的话，这辆战车就毫无战力可言，跟废铁没什么两样。

作为一个公民，存钱、取钱，都是很正常的事情，但是在于银行的交往中，一不小心就会“被宰”。一次，笔者在银行的一个定期存折到期了，因为有点事情没有按时去取，过了两天，去取时，因为感觉不需要取完，所以只取了其中的一些出来，工作人员便说：“其他的已经帮你转存了”！听这话心里感觉挺好的，而且在利息一栏中显示的还是一年前的利率，可是等到看存款金额时却发现，存款额还只是以前的本





金融界不告诉你的真相

金，没有利息，去问工作人员时她说利息是按现在的利息，问她前面的存款利息在那里时，她却说：“等到你最后取款时会一起算给你的”。可是问后才知道，原来的利息在续存期间是没有利息的。还有一次存款，把钱给了工作人员，却没有把存款额打到存折上，拿到存折后问她笔者的存款在哪里时，她却说：“不好意思，忘记打了。”

把这些说出来，是想提醒大家，银行也不能太相信了，他们也是企业，也是以赢利为目的的。

在资本市场的所有投资理财工具中，存款是稳赔不赚的。俗话说：“钱存在银行是越存越少。”这应该不是什么新鲜的认知，而是常识。不论是定存、活存还是所谓的优惠存款都是一样的，因为中国的经济发展早就已经过了高利率时代！若是存款户不把钱存到银行，而把资金做其他投资理财的运用，就算是购买国债报酬率都会高过于银行推出的优惠存款方案的。

但在银行的存款时，也有可能遇到被“蒙骗”的情况发生。最近银行会有很多理财产品，对外声称都有高于银行利息的保证。李某去银行存款，有一位自称银行工作人员的人鼓动他买保险，但不明说是买保险，说是帮他存款，还送保险。李某以为是银行工作人员，也没怎么防备。一会儿拿到手的却不是存款单，却是一份代收款凭证。银行的客户经理又代劳，填了一份单子，接着柜台办事人员就拿了另外一份单子要李某签名，李某当时比较赶时间，急着回公司上班，基于对国有大银行的信任，没有多想，就签了自己的名字。回到公司再一细看，才发现原来代填的是投保单，给签名的是保险单——这哪是什么存款送保险，明明就是实实在在的买了一份人寿意外身故保险，跟在银行存款一点关系都没，并且保险的代价高昂，怎么回事呢？



第五章 就算问了也不会说的内幕

银行与保险公司是两类性质完全不同的经营机构。银行经营的是货币的存贷差，而保险公司经营的是信誉，用信誉提供风险保障。如果银保可以“合作”，那么任何行业都可以和银行合作，银行就成了保险超市、证券超市、百货超市，总之在银行可以买到一切，因为钱在银行。银行的经营项目是要经过核定的，营业执照上写得很清楚，虽然有代理保险之说，但不是简化手续的“合作”，甚至于合作的方式是为保险公司提供银行的名义、概念，提供推销场所及代替推销，这样的“代理”会是干净的吗？

保险公司可分为财险公司和寿险公司，两类保险公司不得同时兼营，营业执照上同样写得很清楚，“理财”就不是保险公司可以经营的项目。“银保合作”中的银行用自己的信誉帮助保险公司隐瞒与保险合同有关的重要情况，欺骗投保人，明显违反了国家相关的法律的规定。

近年来，像李某所遇的这种情况在银行屡有发生，虽然其中不少市民也曾找银行、保险“理论”，但几乎都因无法举证而不了了之，“忽悠案”最终成了“无头案”。“错买”银保产品，多是听信销售人员的误导，冲着他们“收益肯定比定期高”的口头承诺以及对银行的充分信任，而忽视了对相关合同的了解。由于书面的保险合同多是当下银保产品销售中唯一具有法律效力的文件，这意味着，一旦出现纠纷，被误导的消费者就算“有理”也变成“没理”了。

在市场上的许多产业的获利都已经进入了微利时代的同时，消费者实在是没有理由妄想低风险却能有高获利的事情出现，尤其是银行会向消费者提供这样的机会，这是绝对不可能的！

要精细的划分，理财顾问其实可以划分为买方理财顾问和卖方理财顾问两类。比如，由保险代理人或者银行网点人员兼任的理财顾问，





金融界不告诉你的真相

均可被视为卖方理财顾问。在国内目前的理财市场，我们可以接触到的，大多数就是这种卖方理财顾问。这也就意味着，在听取他们理财建议尤其是涉及资产配置和产品选择时，就要多考虑一下他们可能存在的“导向性”——这种导向性或是收益使然，或是指标使然。

至于买方理财顾问，则一般是独立于买方和卖方的第三方，其通过向客户收取资讯费用或者代为购买理财产品时获得佣金分成来获得收入，虽然买方理财顾问同样可能以佣金而非客户利益为导向，但是相比卖方理财顾问，他们往往可以做到更客观，在理财产品选择上做到更为宏观。

——即使相关产品未必合适你，对于类似的情况，理财客户的一个变通之法就是要求理财顾问不推荐任何带有储蓄功能的保险产品，毕竟纯保障的保险产品往往保费较低，一般也不通过银行代销，理财顾问很难有利益相关，自然能相对客观地向消费者推荐。

银行理财顾问不可信

好些年前，国内流行这样一句调侃：“如果有一元钱，北京人会全存到银行里；上海人会把五角存在银行，另外五角拿去投资；而广州人则会再借一元钱，拿两元钱去投资。”这句话的褒贬倾向不好说，不能说谁对谁错，在不同时候不同的人应该有不同的做法。

但随着时间的推进，经济不断发展，在那几年还有一句调侃的话，在今天却有更多引人深思的地方了。随经济的发展，人们收入增多，许多人开始偏向于投资。而随着资本市场的迅速发展，更多的人的

第五章 就算问了也不会说的内幕

投资有了更简单的新形式。和纯粹商业投资不同的家庭理财和个人理财开始得到越来越多人的青睐。

近几年，不管是北京人、上海人还是广州人，越来越多的人开始有了理财的意识和理财的需求。从专家学者到平头百姓，谈到理财，总会说上一句“你不理财，财不理你”。但是，在资本市场上，门外汉永远多于精通者。理财在很多时候还是一个专业活儿，于是找理财顾问理财就成了顺理成章的事情，就好像有病要看医生，有法律问题要找律师一样。可惜的是，理财顾问作为一个新兴的职业门类，相比医生或律师，在专业的严谨度上还有很大欠缺，而且这个欠缺还不容易得到完善。

因为理财顾问们有自己的利益，他们不会也不可能只考虑你的利益。所以，因为轻信理财顾问而吃亏的事情就常常发生。作为客户资产的理财规划人，理财顾问就其职业本身而言，是应当向客户负责，一切从客户的利益出发的。但遗憾的是，现实往往并非如此。因为在现实中，客户往往不是这些顾问们的老板，这就导致客户的利益未必会成为他们进行规划时的第一导向。

理财顾问尤其是依托金融机构的理财顾问，一个先天的问题就在于其立场的飘忽。大多数隶属于银行、保险公司的理财顾问，由于他们的收入大多与销售业绩挂钩，这就决定了他们往往是自己的利益至上。他们喜欢推销高佣金的理财产品，至于客户是否真正需要这些理财产品，这些产品是否符合客户的理财需求，反而不是他们优先考虑的问题了。

据不完全统计，在国内，外资行的理财经理的主要职责是销售，只有完成了指标才能得到相应的收入，而中资行理财经理的收入相对固



金融界不告诉你的真相

定，与理财产品销售挂钩的收入比例较低。但无论是哪一家银行，理财经理对其所销售的理财产品并不如投资者希望的那样“知根知底”。原因是外资行理财经理的注意力集中在销售指标上，而中资行的经理们则根本没有动力去了解产品。

这让人想起一个在华尔街流传甚广的故事。故事说，一群乡下来的观光客去参观纽约金融区。当他们一行人到达巴特利时，向导指着停泊在海港的豪华游艇说：“看，那就是银行家和证券经纪人的游艇。”“那么，客户的游艇在哪里呢？”乡下的观光客这样问道。向导为之语塞。

这个故事深刻地反映了所有经纪人、理财顾问的先天局限。作为金融产品提供商的雇员，理财顾问们拿的是工资及佣金提成等，因此他们往往可以免费为客户提供理财规划。他们的职责其实不是理财，相反，他们的职责是拉存款、销售理财产品。他们并不是简单地让客户把货币存在银行，而是在客户开设账户的同时说服他们用这个账户购买理财产品。

举个例子，假如有段时间某银行主推某款美元产品，那么他们就会先说服客户把人民币换成美元再购买理财产品。这些人，他们在想着高额的佣金，根本就无暇考虑客户的风险。于是，这时有个客户把300万人民币存入该银行。该行理财经理便说服了这个客户将这些钱全部兑换成美元，并购买该理财产品。而数月后，客户急需这笔钱，且必须是人民币。当时正是美元对人民币的汇率高涨之后开始下跌的时机。按当时的汇率再把美元兑换为人民币，客户将遭受十万元的损失。但是，这些就不是该理财顾问所考虑的了，他们已经拿到了对他们来说最多的佣金。

第五章 就算问了也不会说的内幕

不同的理财产品对银行的利润贡献度不同，理财顾问们的提成也不同。在理财经理卖力推销基金、银保产品的背后是高额的回扣。比如银保产品，银行可以获得的佣金一般为3%左右，而代销基金，一般只有1.5%，甚至可能低至0.6%。在这样的前提下，理财顾问若大力推销银保产品，也就没有什么奇怪的了。

投资理财也需要“货比三家”

银监会出台的《商业银行个人理财业务管理暂行办法》对于“个人理财业务”的界定是“商业银行为个人客户提供的财务分析、财务规划、投资顾问、资产管理等专业化服务活动”。商业银行个人理财业务按照管理运作方式的不同，分为理财顾问服务和综合理财服务。我们一般所说的“银行理财产品”，其实是指其中的综合理财服务。

银行理财产品按照标准的解释，应该是商业银行在对潜在目标客户群分析研究的基础上，针对特定目标客户群开发设计并销售的资金投资和管理计划。在理财产品这种投资方式中，银行只是接受客户的授权管理资金，投资收益与风险由客户或客户与银行按照约定方式承担。

一般根据本金与收益是否保证，我们将银行理财产品分为保本固定收益产品、保本浮动收益产品与非保本浮动收益产品三类。另外按照投资方式与方向的不同，新股申购类产品、银信合作产品、QDII产品、结构型产品等，也是我们经常听到或看到的说法。

从2007年底至去年底以来，中外资银行的产品频传负面信息：产品预期收益率被夸大，而实际收益出现大幅亏损；产品的投资方向被银





金融界不告诉你的真相

行中途改变而未经过投资者同意，甚至未履行告知义务；由于银行对产品的内部评级不当而导致投资者决策失误等事件，等等。

银行理财产品是投资者与银行投资性服务主要对接的桥梁，银行通过发售产品赚取利润的同时也在塑造自己的品牌形象。而投资者往往也较为重视银行产品的过往业绩和市场的口碑，熟人之间的口耳相传也成为投资者购买某款产品的重要依据。

业内专家提示：投资者需要警惕银行的合同风险和道德风险。首先，购买产品前投资者的意识需要调整，不能再将银行的产品看做是保本保收益的“保险箱”。由于我国理财市场处于发展初期，有很多产品并非银行自身开发的，此时银行所扮演的角色可以说是承销产品的中介。那么他们对于产品的收益实现能力和风险控制必然没有像对自身开发的产品那样严格，这就需要投资者自己具备判断能力，起码看清产品保本与否、风险程度和投资方向到底为何物。

由于受到业绩压力的驱使，某些银行理财经理在给投资者推荐产品或服务时会片面夸大产品的收益，而将风险或附加条款避而不谈。例如，最近挂钩型银行理财产品分为保本浮动收益和非保本浮动收益类，风险和收益总是呈正比的，如果一味宣传所谓“预期收益率”而不提示风险就是对消费者知情权的一种变相侵害。

金融消费和生活消费不一样，多数情况下都会涉及投资理财。因此，消费者在购买产品或服务时也要“货比三家”，进行横向和纵向的对比。同时，要理解银行产品并非都如存款这般稳健，存在收益风险、流动性风险和利率风险都是很自然的。再者，如今理财市场鱼龙混杂，对理财顾问的级别和理财产品的类别有个清醒的认识是第一步，对机构的宣传要有一双火眼金睛，去伪存真。而作为银行，有必要普及推广投

第五章 就算问了也不会说的内幕

投资者风险承受能力评估制度，将风险承受力作为产品的风险等级设计标准之一。

周女士退休在家，听说海外市场“风光无限”，就在前年初购买了外资行一款投资海外的“全球资产配置基金”，而如今该基金的净值已经亏损了31.98%。回忆起来，周女士悔恨不已：“虽然对于全球性的经济危机难以预测，但销售人员当初信誓旦旦地推荐这款王牌产品时并没有提及如此大的风险。也怪我自己当时没有看清合同条款。”

另外，银行的理财服务素质参差不齐，尤其是在行情尚好、投资者投资热情高涨时，夸大宣传和隐瞒风险也常有发生。在购买时，尽量选择合同和产品说明书阐释简易明了的产品，而不是单看产品所谓的“预期收益率”，也不能任意听信产品销售人员的片面之词。

中国社科院理财产品中心统计数字显示，2008年，56家商业银行共发行银行理财产品4456款，产品的最高到期收益率为30%，最低到期收益率为-45.92%，最佳表现产品和最差表现产品均属于股票类产品。

在众多投资者的心目中，银行理财产品往往意味着安全、稳健，而牛市转熊后，大批理财产品不断曝出零收益、负收益等问题。毕竟银行的经营宗旨并非追求高风险，而以安全、稳健为主。因此，近年来银行的高风险理财产品淡出，无固定期限的稳健银行理财产品开始进入投资者视线。

“无固定期限”，就是指理财产品发行后一直运行，没有固定的投资期限，投资者愿意的话可以一直持有，并在规定的开放日进行申购或赎回。

无固定期限产品多投资于国内银行间市场信用评级较高、流动性





金融界不告诉你的真相

较好的金融工具，包括但不限于国债、金融债、央行票据、高信用级别的企业债、公司债等债券及新股申购、证券投资基金、信贷资产和银行存款等其他工具，其风险程度较低，这些投资领域中有很多产品可以进行滚动投资。

无固定期限产品用来吸引人的地方就是高流动性，虽然可以随时申购和赎回，但也不是全部免费。部分银行还对此类产品设置了认购和赎回费用，费用大概为资金的0.5%~1.5%。而且部分产品还对赎回设置了限制，比如，持有有没有达到规定的期限，银行会收取一定比例的赎回费用，费用根据持有的期限而调整，一般为1%~2%。如持有份额在1年以内，按赎回资金的2%收取；1~2年(含)以内的，按1.5%收取；2~5年(含)以内的，按1%收取。据悉，工行和招行的此类理财产品都没有认购、申购、赎回费用。

理财专家也提醒投资者，投资者购买无固定期限的理财产品，需要关注费用结构，尤其是投资方向参与打新股时，要考虑IPO节奏。如果新股发行步伐加快，资金的回转将会较为频繁。

“等额本息还款”房贷暗藏玄机

假如我们去问问商业银行的信贷人员，会发觉一个现象，就是大部分贷款人选择的还款方式都是等额本息还款法。这是很奇怪的事情，为什么这么多人选择这种还款方式呢？这种还款方式真的是那么好吗？

事实其实恰恰相反，喜欢这种还款方式的是银行而不是贷款人，这种还款方式对银行才最有利，对贷款人来说，这根本就是一个吃大亏

第五章 就算问了也不会说的内幕

的选择。就是说，选择还款方式的主导方一直是银行，而不是贷款人，这绝对是金融行业最不可思议的事情。银行几乎不用费力地推荐，就轻而易举地让贷款人选择了这种还款方式。从某一方面来说，这是银行利用贷款人的萎缩心理，用烦琐的审核程序和冷面的公正姿态传递给你这样一个信息——银行这是在借钱给你，是在帮助你——从而使贷款人产生一种类似接受恩惠的心理状态，进而接受银行貌似公正的程序和计算方法。这实在是很高明的一种方法。

这在房贷上看得更清楚，因为选择房贷按揭的大部分都是那种容易被唬住的平民百姓。你去贷款，审贷人员会不假思索地告诉你：“选择等额本息还款法吧，绝大部分人都选择这样的还款方式的，每月还款额相同，操作简单明了。”或者他们根本就不告诉你，而是直接让你默认选择了这个方式。所以，虽然目前银行提供的还款方式多达五种，甚至更多，但绝大部分购房者都是采取等额本息的还款方式。银行就这么轻易地成功了。

但是，让我们来看看这种还款方式是怎么计算的吧。等额本息还款是把按揭贷款的本金总额与利息总额相加，然后平均分摊到还款期限的每个月中。就是说，利息根本不会随本金归还数额的减少而减少，贷款人所付的利息一直是以借款总额来计算的。如果跟另一种也被经常采用的等额本金还款方式比较一下，你就可以看出问题。等额本金还款是借款人将贷款额平均分摊到整个还款期内每月归还，同时付清上一交易日至本次还款日间的贷款利息的一种还款方式，就是说，所付的利息是随着本金的减少而不断减少的。

举个例子来说。某购房者贷款50万元，贷款期限10年，当期贷款利率为5.04%。等额本息每月利息 = 贷款本金 × 月利率；等额本金每月



金融界不告诉你的真相

利息 = (本金 - 已归还本金的累计额) × 月利率。如果贷款期内利率未发生调整,选择等额本金法和等额本息法到期支付的利息总和分别为12.7万元和13.75万元,两者相差1.05万元。

在当前利率发生明显变动的情况下时,情况还会有所改变,尤其是在利率上调的时候,等额本金还款法支付的利息总额更要明显少于等额本息还款法。假设5年后贷款利率下降为4.2%,在利率调整时,选择等额本金法和等额本息法剩余的本金分别是28.13万元和32.3万元,最后到期支付的利息总和分别为12.17万元和13.11万元,两者相差0.94万元。反之,如果5年后贷款利率上升为5.58%,选择等额本金法和等额本息法剩余的本金也是28.13万元和32.3万元,则“本金法”和“本息法”到期支付的利息总和分别是13.05万元和14.18万元,两者相差1.13万元。也就是说,当利率走高时,两种方式还款的总额差会拉大;利率走低时两者额差则缩小,但是这缩小额度很少,利率即使走得再低,也不至于抹平这差额。这一万元本来是你的钱,结果被银行平白抢走了。

分析原因,这大概是贷款人和银行的信息不对称所造成的。但大多数银行喜欢隐瞒其他可选择还款方式,银行只办这一种还款方式,它们不但让贷款人多交了利息,还剥夺了贷款人的选择权。这是银行的陷阱,你若不知道,就很难避开。事实是,很多贷款人确实不知道,于是,绝大多数人选择了等本息还款方式,白白送给银行更多的利息。

这种例子不仅存在于房贷中,越弱小、越不解其中秘密的群体就越容易选择等额本息还款方式。比如助学贷款,目前工商银行和其他几家提供助学贷款的银行几乎都是采用等额本息还款方式,这些贷款批下来的时候全部都是默认这种还款方式,很少有学生知道还可以有其他的还款方式,更别说对这种还款方式说不了。他们对能批下这笔贷款已经

第五章 就算问了也不会说的内幕

感激不尽了，匆匆忙忙就签了字。连这种国家贴息的帮助教育的贷款都默认这种还款方式，可见银行采用这种还款方式已经成为惯例。因为这种还款方式对他们有利，所以他们喜欢。

假按揭是场危险的“套现”游戏

你听说过买房子不仅不用出钱，开发商还白给你1000元的吗？

住房按揭贷款又称住房消费贷款。由于住房价格数额巨大，大多数购房者不能一次性付清，采取向银行贷款方式，由银行代付，然后逐月向银行支付本金和利息。这种贷款被认为“三方得益”：购房者解购房资金之困，银行因放贷得利，开发商则及时收回投资。住房按揭贷款为众多中低收入者有效解决了住房难问题，同时也对拉动内需起到了积极作用。但近年来，一些地方房地产开发过热，在实际操作中，它变成了开发商解决资金不足的渠道。

按照规定，对于商品房销售，一般要求楼盘封顶才能办理按揭贷款。但办理抵押贷款的凭据只是住房预售登记，与拿到房地产证是两回事，后者要在配套完成、项目验收合格后才能领取。住房预售制度使得办理按揭与办房产证之间有一个“时间差”，这个时间差为“假按揭”开启了方便之门。

办“假按揭”其实也很简单：开发商弄来一些身份证，每张身份证给予主人一定报酬——譬如1000元，由对方在办理按揭贷款的格式合同上签字，为了消除这些假买主的顾虑，开发商同时承诺对方无需交纳首付，在办房产证前的按揭款由自己负责。合同一签，银行即根据合同



金融界不告诉你的真相

向开发商放款。

如果市场“正常”，销售红火，有接盘的下家，开发商到交易管理部门撤销假买主的预售登记，银行按揭贷款顺理成章由下家接茬，办房产证直接填写下家名字，不发生交易税费，一切就会瞒天过海，滴水不漏；而一旦住房滞销，立马就会“穿帮”：房子卖不动，开发商资金难以回笼，无力承担办房产证前代交的月供，银行向合同签订者催交按揭，这些当初借一下身份证白得1000元的捡便宜者，发现自己变成了“套中人”，要是房子最后因配套未完成等原因不能验收，成了“烂尾楼”办不了证，他们就只有顿足捶胸的份了。

假按揭的操作手法，一般是开发商找自己的员工或一些关联人士作为虚假的购房者，然后借用他们的身份证办理按揭贷款。开发商事前会向他们承诺，首付款及月供都由开发商来提供，并会给他们几千元的“好处费”。

等到这些人同意提供身份证后，开发商就会伪造这些人的收入证明，联系有关系的律师出具法律意见书，证明这些人有还款能力。

然后，开发商会把这些贷款材料递到银行，银行内部有开发商事先联系好的员工，他们对这些开发商递交的资料进行表面的审核，帮助开发商很容易地获得80%的贷款，作为回报，开发商会给他们一定的“好处”，有时候数目不菲。

在这个过程中，有的开发商为了获取大量贷款，在办理按揭手续之前故意抬高房价，这样虽然交了20%的首付款，但实际上获得的80%的贷款就是整栋房子的全部价值。

开发商获取贷款后，通常他们会采取两种方式。一种方式是卖二手房。一个小区的房子卖得非常“火”，甚至都卖完了，但进去之后会

第五章 就算问了也不会说的内幕

发现，连最基本的装修都没有。这就是开发商做的一个局。开发商通过热卖假象，吸引真正的购房者来买二手房，而且会依据热卖假象，适当提高房价，因此开发商在卖二手房时又能赚钱了。

另外的一种情况是，开发商在获得80%的贷款后，不准备继续还月供，就等着银行申请拍卖。一般情况下，区法院受理拍卖申请后，会请当事人双方先行协商，选择房产评估机构和拍卖机构。如果双方协商不成，区法院就会向市高级人民法院提请筛选评估机构和拍卖机构。

市高院在所指定的数十家评估机构和拍卖机构中，通过抽签，决定评估公司和拍卖公司。然后，高院会将抽签结果告知区法院，进行拍卖。

拍卖之前，拍卖机构首先会发布公告，对于公告，法律上只要求是在公开媒体上公告即可，并没有限定公告的刊登方式。因此，部分拍卖机构，为了圈定竞买人群，把其他竞争者排除在外，他们有很多手段来阻止别的开发商去接拍那些房产。比如把公告刊登在报纸的中缝中，电话永远打不通，汇的钱可能被银行退票，进入拍卖的公司大多数都是事先串通好了的。

当然，如果在拍卖现场出现了“突发状况”，比如，出现了圈定范围以外的竞买人，拍卖机构一般会以“竞买人不够，取消竞拍”或“已经交了保证金的人不能到场，没法竞买”等原因，推迟拍卖时间。这个做法的目的是，一定要确保由开发商和拍卖公司之前圈定的圈子内的人来竞买。

在这个过程中，开发商也可能联合评估机构，故意将房产价值估低，而拍卖底价一般会低于评估价。

拍卖成功后，拍卖多少钱银行收回多少钱，从账面上，银行通过





金融界不告诉你的真相

内部审核，将该笔欠贷进行销账，拍卖额和贷款额的差价部分，银行也只能做呆账、死账处理。

这样，银行的资金就被大量套取，而开发商以低价竞买到该房产后，又能以市价出售。

其实，开发商在假按揭中存在着很大的风险。在民事责任方面，银行在与开发商对某一项目签订按揭合作协议时，往往都会约定由开发商承担连带保证责任或其他责任。即使出现借款合同无效或不生效或不成立的情况，名义借款人不承担还款责任，法院很有可能判令开发商作为实际用款人承担还款责任。

在刑事责任方面，根据有关司法解释，对于单位十分明显地以非法占有为目的，利用签订、履行借款合同诈骗银行或其他金融机构贷款，应当以合同诈骗罪定罪处罚。另一方面，如果所谓开发商只是少数犯罪分子借以诈骗银行贷款的工具，则可以认定为贷款诈骗罪，将依照《刑法》有关自然人犯罪的规定定罪处罚。

其次，对真正的购房者，最大的风险是买了房后，房产已被抵押，而办不了房产证，甚至得不到房产。遇到这种情况，真正的购房者可以根据有关规定，要求发展商承担不超过已付购房款一倍的赔偿责任。



你想知道的? 你应该知道的? 你不知道的? 本书都有!

本书将告诉你金融界 永远都不想要让你知道的真相!

- › 你掌握了多少金融专业知识?
- › 你了解相关的金融法律法规吗?
- › 你知不知道投资型保单是精心设计的钱坑陷阱?
- › 买保险时, 保险公司承诺什么都能赔, 其实很多不能赔!
- › 信用卡主动升级, 又是金融界一个要钱的手段!
- › 小心别上当, 优惠存款并不优惠!
- › 所谓指数型房贷浮动利率, 永远是主动升, 不主动降低。
- › 银行强打的基金, 不一定是绩效最好的基金。
- › 面对能说会道的营业员, 你该如何识破真相以自保?
- › 保险是基于信赖原则的, 但轻信业务员绝不可取!

.....

THE TRUTH
IN THE FINANCIAL BUSSINESS

ISBN 978-7-5308-5403-7



9 787530 854037 >

定价: 28.00元